



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR
PARA ADULTOS MAYORES UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DMQ 2015

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

Autor: Fanny Teresa Masache Ludeña

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

QUITO, Mayo DEL 2016

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Fanny Teresa Masache Ludeña, alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 1725389017

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Fanny Teresa Masache Ludeña portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725389017 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Apoyar al sector de la salud, mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una casa hogar para adultos mayores en el sector norte del distrito metropolitano de Quito año 2015-2016” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Fanny Teresa Masache Ludeña

CEDULA

1725389017

Quito, a los

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos están dedicados a Dios que ha sido mi guía en el camino y me ha fortalecido para cumplir mi meta, a mi familia que ha estado apoyándome en cada paso que doy y me brindaron su apoyo incondicional, y a mis maestros que además de los conocimientos técnicos se convirtieron en amigos que impartían conocimientos que me ayudan tanto en mi vida profesional como personal.

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico a toda mi familia, principalmente a mi madre que ha sido mi ejemplo de superación y perseverancia y la misma que estuvo brindándome su apoyo incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración de autoría del estudiante	ii
Declaración de cesión de derechos a la institución	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice general	vi
Índice de tablas	vii
Índice de cuadro	xiii
Índice de gráficos	xiv
Resumen ejecutivo	xv
Abstract	xvi
Introducción	xvii
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.2 Antecedentes del proyecto	5
CAPÍTULO II	8
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	9
2.1 Ambiente Externo	9
2.1.1 Factor Económico	9
2.1.1.01 Inflación	10
2.1.1.02 PIB	11
2.1.1.03 Riesgo País	12
2.1.1.04 Tasa de interés	12
2.1.1.04 Tasa Activa	13
2.1.1.05 Tasa Pasiva	14
2.1.2 Factor Social	14
2.1.2.01 Crecimiento poblacional	15
2.1.2.02 Tasa de Desempleo	15
2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)	16
2.1.3 Factor legal	17
2.1.3.01 Requisitos	17
2.1.4 Factor tecnológico	18
2.2. Entorno Local	19
2.2.1. Clientes	19
2.2.1.01 Clientes Internos	19

2.2.1.02 Clientes Externos	19
2.2.1.03 Poder de negociación	19
2.2.2 Proveedores	20
2.2.3 Competidores	21
2.2.3.01 Ventajas competitivas	21
2.3 Análisis Interno	21
2.3.1 Propuesta Estratégica	22
2.3.1.1. Misión	22
2.3.1.1.01 Formulación de la misión.....	22
2.3.1.2 Visión	23
2.3.1.2.01 Formulación de la visión.....	24
2.3.1.3 Objetivos	25
2.3.1.3.1 Objetivo General	25
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	25
2.3.1.4 Principios o Valores	25
2.3.2 Gestión Administrativa	27
2.3.2.01 Planificar	27
2.3.2.02 Organización	27
2.3.2.02.1 Organigrama Estructural	28
2.3.2.03 Dirección.....	32
2.3.2.04 Control.....	32
2.3.3 Gestión Operativa.....	33
2.3.3.01Flujograma de Procesos o de servicios	33
2.3.4 Gestión Comercial.....	34
2.3.4.1 Servicio	34
2.3.4.2 Precio.....	34
2.3.4.3 Plaza	35
2.3.4.4 Promoción	35
2.3.4.4.01 Logotipo	36
2.3.4.4.02 Papelería corporativa.....	37
2.3.4.4.03 Material P.O.P	37
2.4 Análisis FODA.....	38
CAPÍTULO III	41
3. ESTUDIO DE MERCADO	41

3.1 Análisis situacional	41
3.1.01 Objetivo del estudio de mercado.....	42
3.1.02 Objetivos específicos del estudio del mercado	42
3.1.03 Segmentación de mercado.....	42
3.1.1. Determinación de la población y muestra.....	43
3.1.1.01 Población.....	43
3.1.1.02 Tamaño del Universo	43
3.1.1.03 Muestra.....	44
3.1.1.04 Formulación del muestra.....	44
3.1.2. Técnicas de la obtención de la información	45
3.1.2.01 Modelos da la encuesta	46
3.1.3. Análisis de la información	48
3.2. Oferta.....	61
3.2.01 Oferta histórica.....	61
3.2.02. Oferta actual	61
3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual.....	61
3.2.03 Oferta proyectada	62
3.3 Demanda	63
3.3.01 Demanda histórica.....	63
3.3.02 Demanda actual.....	63
3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual.....	63
3.3.03 Demanda proyectada	64
3.4 Balance oferta-demanda.....	64
3.4.01 Balance actual	64
3.4.0.2 Balance proyectado	65
CAPITULO IV	66
4. ESTUDIO TECNICO	66
4.1 Tamaño del proyecto.....	66
4.1.01 Capacidad instalada.....	66
4.1.02 Capacidad óptima.....	67
4.2 Localización	69
4.3.2.01 Código de cercanía	72
4.3.2.02 Razones de cercanías.....	73
4.3.2.03 Matriz triangular.....	73

4.3.03 Proceso productivo.....	80
4.3.04 Maquinaria y equipo	81
CAPITULO V	85
5. ESTUDIO FINANCIERO	85
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	85
5.1.2 Mano de Obra Directa.....	86
5.2 Costos.....	86
5.2.1 Costos Directos	87
5.2.2 Costos Indirectos	87
5.2.3 Gastos Administrativos	88
5.2.4 Costos de Venta.....	89
5.2.5 Costos Financieros	90
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	91
5.3 Inversiones	91
5.3.1 Inversión Fija	91
5.3.1.1 Activos Fijos	91
Análisis.....	92
5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)	92
5.3.2 Capital de Trabajo	93
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y usos de Fondos	93
5.3.4 Amortización de Financiamiento	94
5.3.5 Depreciaciones	96
5.3.6 Estado de Situación Inicial.....	96
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	98
5.3.8 Flujo de Caja	99
5.4 Evaluación.....	100
5.4.1 Tasa de Descuento.....	100
5.4.2 VAN.....	100
5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	101
5.4.4 PIR (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	103
5.4.5 RBC (Relación costo beneficio).....	103
5.4.6 Punto de Equilibrio	104
5.4.7 Análisis de Índices Financieros.....	105
5.4.7.01 ROE.....	105



5.4.7.02 ROA	106
5.4.7.03 ROI.....	107
5.4.7.04 Índice de Liquidez.....	107
5.4.7.05 Índice de Endeudamiento	108
CAPITULO VI	109
6. IMPACTO DEL PROYECTO	109
6.1 Impacto ambiental.....	109
6.2 Impacto económico	109
6.3 Impacto productivo	110
6.4 Impacto social	110
CAPITULO VII	111
7.1 Conclusiones	111
7.2 Recomendaciones.....	112

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: Riesgo País.....	12
TABLA 2: Tabla activa.....	13
TABLA 3:Tasa de interés Pasiva	14
TABLA 4:Crecimiento poblacional.....	15
TABLA 5:Población económicamente activa.....	16
TABLA 6: Género.....	48
TABLA 7: Edad	49
TABLA 8: Actividad económica	49
TABLA 9: Sueldo	50
TABLA 10: Tabulación pregunta 1	51
TABLA 11: Tabulación pregunta 2	52
TABLA 12: Tabulación pregunta 3	53
TABLA 13: Tabulación pregunta 4	54
TABLA 14: Tabulación pregunta 5	55
TABLA 15: Tabulación pregunta 6	56
TABLA 16: Tabulación pregunta 7	57
TABLA 17: Tabulación pregunta 8	58
TABLA 18: Tabulación pregunta 9	59
TABLA 19: Tabulación pregunta 10	60
TABLA 20: Oferta actual.....	62
TABLA 21: Oferta proyectada.....	62
TABLA 22: Demanda actual	63
TABLA 23: Demanda proyectada	64
TABLA 24: Balance actual.....	65
TABLA 25: Balance proyectado.....	65
TABLA 26: Capacidad Instalada	67
TABLA 27: Capacidad óptima	68
TABLA 28: Localización óptima.....	70
TABLA 29: Distribución de planta.....	72
TABLA 30: Muebles y enseres.....	82
TABLA 31: Equipo de computación	83
TABLA 32: Equipo de oficina.....	83
TABLA 33: Menaje de cocina	83
TABLA 34: Rol operativo	86
TABLA 35: Costos directos.....	87
TABLA 36: Costos indirectos.....	87
TABLA 37: Rol administrativo	88

TABLA 38: Gastos administrativos.....	88
TABLA 39: Otros gastos administrativos.....	89
TABLA 40: Costos de ventas	90
TABLA 41: Costos financieros.....	90
TABLA 42: Inversión fija.....	92
TABLA 43: Activos diferidos.....	92
TABLA 44: Capital de trabajo.....	93
TABLA 45: Fuentes de financiamiento y uso de fondos	94
TABLA 46: Amortización	95
TABLA 47: Depreciaciones.....	96
TABLA 48: Estado de situación inicial	97
TABLA 49: Estado de resultados proyectado.....	98
TABLA 50: Flujo de caja proyectado.....	99
TABLA 51: Cálculo de la TMAR.....	100
TABLA 52: Cálculo de la TIR.....	102
TABLA 53: Periodo de recuperación de la inversión.....	103

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Proveedores	20
CUADRO 2: Competidores Directos.....	21
CUADRO 3: Principios y valores de la misión.	23
CUADRO 4: Elementos para definir la misión.....	23
CUADRO 5: Principios y valores de la visión	24
CUADRO 6: Elementos para definir la visión.....	24
CUADRO 7: Perfil del propietario	29
CUADRO 8: Perfil de auxiliares de enfermería	30
CUADRO 9: Perfil de trabajadora doméstica.....	31
CUADRO 10: Factores externos (matriz DAFO).....	39
CUADRO 11: Factores internos (matriz DAFO).....	40
CUADRO 12: Segmentación de mercado.....	43
CUADRO 13: Tamaño del universo	43
CUADRO 14: Macro localización	69
CUADRO 15: Código de cercanía.....	72
CUADRO 16: Razones de cercanía	73
CUADRO 17: Descripción del proceso del flujo grama.....	81
CUADRO 18: Punto de equilibrio	105

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Evolución de la inflación.....	10
GRÁFICO 2: PIB sectorial	11
GRÁFICO 3: Desempleo	15
GRÁFICO 4: Organigrama estructural	28
GRÁFICO 5: Organigrama de servicios	33
GRÁFICO 6: Imagen del servicio.....	34
GRÁFICO 7: Imagen del servicio.....	34
GRÁFICO 8: Logotipo de la empresa	36
GRÁFICO 9: Tarjetas de presentación de la empresa	37
GRÁFICO 10: Sobres de la empresa	37
GRÁFICO 11: Carpetas de la empresa	37
GRÁFICO 12: Imagen de esferos con logotipo de la empresa.....	38
GRÁFICO 13: Imagen de tasas con logotipo de la empresa	38
GRÁFICO 14: Imagen de llaveros con logotipo de la empresa.....	38
GRÁFICO 15: Género	48
GRÁFICO 16: Edad.....	49
GRÁFICO 17: Actividad económica	49
GRÁFICO 18: Sueldo	50
GRÁFICO 19: Conocimiento del servicio	51
GRÁFICO 20: Competencia	52
GRÁFICO 21: Beneficio del servicio	53
GRÁFICO 22: Uso del servicio	54
GRÁFICO 23: Características del servicio	55
GRÁFICO 24: Uso del servicio	56
GRÁFICO 25: Satisfacción del servicio	57
GRÁFICO 26: Publicidad.....	58
GRÁFICO 27: Aceptación del servicio	59
GRÁFICO 28: Recomendación del servicio.....	60
GRÁFICO 29: Macro localización	69
GRÁFICO 30: Micro localización.....	70
GRÁFICO 31: Matriz triangular.....	73
GRÁFICO 32: Distribución de la planta.....	74
GRÁFICO 33: Tabulación de la matriz triangular.....	74
GRÁFICO 34: Habitaciones	75
GRÁFICO 35: Baño.....	75
GRÁFICO 36: Cocina.....	76
GRÁFICO 37: Comedor	76
GRÁFICO 38: Cuarto de lavado.....	77
GRÁFICO 39: Patio.....	77
GRÁFICO 40: Sala de estar	78
GRÁFICO 41: Sala de actividades recreativas	78
GRÁFICO 42: Enfermería.....	79
GRÁFICO 43: Administración.....	79
GRÁFICO 44: Flujograma de servicio	80
GRÁFICO 45: Punto de equilibrio	105

RESUMEN EJECUTIVO

En el país existe un alto porcentaje de adultos mayores, por lo que se busca la vinculación del mismo en el medio social, para lo cual se han implementado mecanismos que aportan a mejorar su calidad de vida, debido a las condiciones características de esta etapa y a las necesidades que como personas tienen. Los organismos que se dedican a ellos son esenciales para lograr que participen dentro de la sociedad.

En el presente proyecto se realiza un estudio de factibilidad para implementar una casa hogar para adultos mayores en la que se ofrece el servicio de residencia que implica la ayuda permanente de una tercera persona para que los adultos mayores realicen sus actividades diarias, además incluye servicios de primera necesidad y recreativos.

De acuerdo al estudio realizado se podrá definir si es o no rentable el proyecto que se desea implementar.

ABSTRACT

The country has a high percentage of older adults , so linking the same in the social environment is sought, for which they have implemented mechanisms that contribute to improving their quality of life , due to the conditions characteristic of this stage and as the needs that people have. Agencies engaged in them are essential to participate in society .

In this project, a feasibility study was done to implement a home for the elderly in which the residence service involving the permanent assistance of a third person is offered for older adults perform their daily activities also includes services and recreational necessities.

According to the study carried out you will be defined if the project to be implemented or is not profitable.

INTRODUCCIÓN

El ser humano ha evolucionado y conforme a esto busca nuevas maneras de facilitar su vida cotidiana para lo cual ha implementado productos y servicios que ayudan a realizar sus actividades diarias. A pesar de toda esta evolución las necesidades también se han incrementado con el paso del tiempo.

Las personas en nuestra vida pasamos por diferentes etapas y en cada una de ellas se viven diferentes experiencias, desde que estamos en el vientre de la madre y concluye en la muerte, la tercera etapa está conformada por aquellas personas de 65 años en adelante.

Esta etapa se caracteriza por el cambio físico, emocional y cognitivo en cada persona ya que se vuelven más dependientes de una tercera persona y se les dificulta realizar sus actividades que normalmente hacían solos.

Este es un tema muy discutido a nivel mundial y de difícil resolución ya que implica factores económicos y sociales. En diferentes países se han implementado lugares para residencia del adulto mayor, en el Ecuador existen casas hogares que brindan este servicio.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador el adulto mayor es motivo de grandes emprendimientos e innovadores programas que se orientan a mejorar su condición de vida. Además forman parte de una población que demanda mayor atención por los cuidados que deben tener.

Los adultos mayores requieren espacios adecuados especialmente para sus necesidades en los que se puedan desarrollar de una mejor manera, evitando así accidentes y a la vez que se apoye a su autonomía.

Una casa hogar para adultos mayores en la actualidad ya no es un lujo, sino una necesidad, ya que estas casas están orientadas a brindar ayuda al adulto mayor para que su estilo de vida en esta etapa sea óptimo, e incluso sea plenamente disfrutada.

Al saber de la importancia del adulto mayor en la sociedad y de los cuidados que amerita, se plantea una alternativa de implementación de una casa hogar que pueda satisfacer las necesidades que el mismo merece.

1.1 Justificación

Los adultos mayores además de formar parte de la sociedad, pues también son parte de la cultura, de nuestra identidad como país, y lo que se busca es que sean sujetos activos y sean tomados en cuenta.

Cuando las personas llegan a esta edad muchas veces se sienten discriminados por sus familiares y por la sociedad en si, por lo que necesitan una especial atención ya que esto puede generar dificultad en las condiciones de vida del adulto mayor, además es preciso que esta parte de la población que en otra etapa fueron jefes de hogar, líderes en sus trabajos no se sienta como una parte inactiva de la sociedad ya que pueden seguir aportando con sus conocimientos y experiencia.

Los familiares difícilmente pueden ser este apoyo que ellos necesitan ya sea por sus trabajos o diversas ocupaciones que estos tengan, por lo que los adultos mayores suelen sentirse marginados incluso por su propia familia sin darse cuenta que lo que realmente se busca es que esta etapa de madurez disfruten en lugares en los que se puedan sentir a gusto y que vean en esta casa un verdadero hogar para ellos , es decir que los familiares buscan el bienestar del adulto mayor y a pesar de no poder brindarles el tiempo que estos requieren no los descuidan por lo que buscan opciones como una casa hogar en las que se los puede ayudar a realizar las cosas que ya no deben hacer solos ya que implican riesgos que se pueden evitar.

Por tal razón he visto la necesidad de implementar un lugar en donde se puedan brindar todos los cuidados que a cierta edad ya es muy necesaria y que ya no se puede realizar solos, ya que se puede precisar de la ayuda de otra persona, además de las actividades adicionales que se puedan realizar para su distracción y entretenimiento las cuales ayudan para que el adulto mayor no se sienta aislado de la sociedad ya que pueden incluso aportar más por sus experiencias.

Si bien es cierto existen casas que brindan este tipo de servicios en el sector norte de Quito, pero se ha percibido una demanda insatisfecha en el sector que debe ser atendida, además el Estado también se ha preocupado por el sector geriátrico creando programas para ellos los familiares que son los seres más cercanos en la mayoría de los casos no cuentan con disponibilidad del tiempo para llevarlos.

Con la implementación de esta empresa se ayudara a un mejor desarrollo de la sociedad ya que podrá disminuir el índice de desempleo y por consiguiente a mejorar la calidad de vida de las personas a las que se puede brindar empleo e incluso a las familias que pueden estar tras estas personas, es decir, se aportara a la matriz productiva que estaría de acuerdo con el objetivo número 10 del Plan Nacional Del Buen Vivir que nos indica que se busca “Impulsar la transformación de la matriz productiva” ya que vamos a generar fuentes de empleo.

1.2 Antecedentes del proyecto

El envejecimiento es una etapa en la vida del ser humano inevitable e irreversible que la mayor parte de la población quisiera evitar, pero esta no solo involucra al ser que se encuentra en esta fase de su vida, sino que también influye en sus familiares y en la sociedad, por lo que los mismos tienen que buscar mecanismos para que un adulto mayor sea tomado en cuenta en la participación activa de la comunidad.

Los adultos mayores son personas más susceptibles a situaciones de riesgo ya sean emocionales debido a la gran incidencia que existe del adulto mayor en la depresión y física ya que al no tener alguien de soporte para realizar sus acciones pueden sufrir accidentes como caídas lo que generan una desmejora en su estilo de vida ya que limita aún más sus posibilidades de atenderse solo, según los datos de la Encuesta de Salud y Bienestar del Adulto Mayor, SABE II, 2010-2011, sobre la situación de salud y nutrición de los adultos mayores ecuatorianos, las fracturas de caderas son en el 88% debido a caídas, el 8% a otros tipos de accidentes y solo el 3% corresponde a los denominados indicadores patológicos, lo que nos indica que se debe tomar mayores medidas de prevención.

Los adultos mayores necesitan de una tercera persona para poder realizar sus actividades cotidianas debido a la dificultad que se les presenta en esta etapa de vida.; en el Ecuador según el artículo 36 de la constitución se establece que "...se

considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad”.

La mayoría de personas piensan negativamente sobre esta etapa, pero depende de todos los que somos parte de la sociedad apoyar para que se puedan mejorar las condiciones de vida en las que se puede desarrollar un adulto mayor.

Quizás el envejecimiento no es el objetivo de la mayoría de personas pero es una etapa para la cual tenemos que estar preparados e ir desarrollando una sociedad que preste la debida importancia a este grupo poblacional que en Latinoamérica se ha ido incrementando aceleradamente a diferencia de los países desarrollados.

A través de la historia el rol del adulto mayor en la sociedad ha ido variando, antiguamente los adultos mayores o ancianos como se los conocía eran denominadas las personas de más experiencia por lo que eran muy respetados e incluso se les pagaba tributos como recompensa por su sabiduría y experiencia que eran cualidades que solo con el tiempo y las vivencias se podían adquirir.

Las primeras manifestaciones de estos hogares para adultos mayores se remonta a tiempos del siglo VII en Grecia en donde se habla de instituciones destinadas al cuidado del adulto mayor, con la conquista de los Romanos posteriormente se cambia la visión del adulto mayor en la que se los considera como personas débiles.

En el siglo VII y IX surge la idea del retiro voluntario al cual no podían acceder todos los ancianos ya que los retiros a monasterios se vieron caracterizados por donaciones que realizaban los ancianos que tenían más dinero lo cual beneficiaba a los monjes, pero no todos los ancianos tenían las mismas posibilidades lo que se extendió hasta el siglo XIX.

A partir del siglo XI se empieza a hablar específicamente de la etapa de vejez, y los centros que atendían este sector que en su mayoría eran personas religiosas se fijan como idea principal la óptima atención hacia el adulto mayor.

Según otra literatura la primera casa de asistencia social, nace en Estados Unidos a partir del siglo XIX, estas casas ofrecían comodidades para el adulto mayor.

En el Ecuador no existen datos precisos de la creación de las primeras casas hogares para el adulto mayor, pero se puede resaltar el trabajo que por parte del Estado se viene realizando, como prueba de ello tenemos la aprobación de la ley del anciano que ha sido establecida en la constitución en la que se definen de una manera detallada los derechos del adulto mayor que comprende a las personas de sesenta y cinco años en adelante, además en esta ley nos habla sobre los beneficios preferenciales a los que pueden acceder.

Además de las leyes aprobadas el Estado participa con programas para el adulto mayor que tienen como objetivo incluirlos de manera más activa a la sociedad.

También tenemos otra institución que participa en el apoyo al adulto mayor, el Ministerio de Inclusión Económica y Social que nos indica que para el periodo 2012-2013 se genera la prioridad de construir la Agenda de igualdad para Adultos Mayores, donde se presentan propuestas de estrategias que abarquen un mejoramiento 10 Ministerio de Inclusión Económica y Social de la calidad de vida en las personas adultas mayores. (MIES, 2015).

Los obstáculos que tiene el adulto mayor son motivo de desarrollo de nuevos programas que los incluyan para así vivir en una sociedad más equitativa y proyectada al desarrollo.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

“El análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las fuerzas y debilidades y elementos externos como las amenazas y las oportunidades.” (Pedroza, 2004, pág. 23)

2.1 Ambiente Externo

“El análisis del entorno macroeconómico es vital para saber en qué condiciones de soporte compite una empresa nacional con otras del mundo, o en qué condiciones se desarrollan los negocios en un sector de la economía del país comprada con otros sectores nacionales e internacionales. La capacidad para competir de las empresas es vital, ya que ella señala la posibilidad de tener un desarrollo sostenido, una generación de empleo permanente y una contribución al desarrollo de los países.” (Miranda, 2003, pág. 17)

2.1.1 Factor Económico

"El entorno o ambiente económicos el más importante para toda empresa, pero también es el único en el que existe menor probabilidad de que una compañía lo afecte.

Lo primero que debe entenderse acerca de este entorno es el ciclo de negocios. El ciclo de negocios comprende dos etapas: expansión y contracción." (Rafael, 2013, pág. 20)

2.1.1.01 Inflación

"Se define como la tasa porcentual de variación del nivel general de los precios de un periodo a otro. El nivel general de los precios es una medida del poder adquisitivo de la moneda." (Robert E. Hall, 1992, pág. 77)

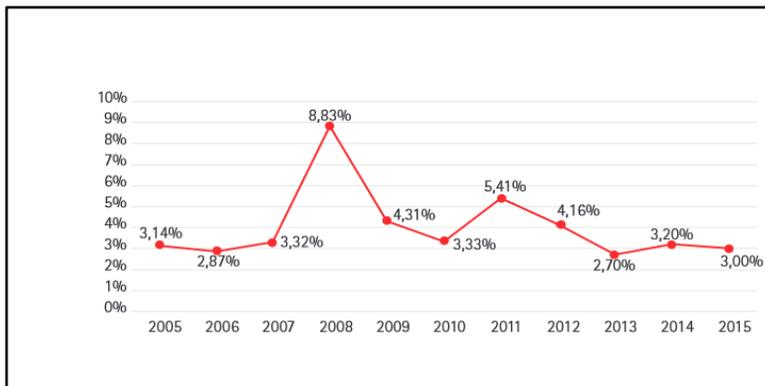


GRÁFICO 1: Evolución de la inflación

Fuente: Revista Ekos

Análisis:

Se puede apreciar que en comparación entre el año 2013 y 2015 el índice de inflación ha tenido un notable crecimiento en el mes de noviembre, que puede ser el resultado de la crisis económica actual, debido a la inflación las personas tienen menor poder de adquisición y el valor real de la moneda se distorsiona lo que genera cambios en la economía. Esto representa una amenaza de intensidad media por el cambio de los precios en los productos ya que aumentarían los costos en el proyecto.

2.1.1.02 PIB

“El PIB es el valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro del territorio nacional, durante un periodo dado.” (Felipe Larraín B., 2002, pág. 27)

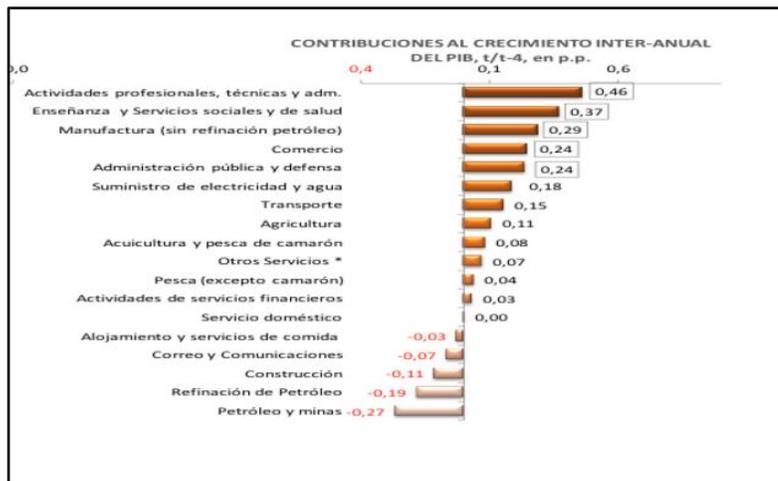


GRÁFICO 2: PIB sectorial
 Fuente: BCE

Análisis

De acuerdo al gráfico el crecimiento del PIB en el sector de otros servicios, que es el sector al que pertenece el proyecto, ha sido negativo (0,7), este sector se encuentra entre los tres más bajos, pero para el PIB esto representaría una oportunidad de intensidad media ya que ayuda en una mínima parte al crecimiento del mismo mediante la implementación del proyecto.

2.1.1.03 Riesgo País

“El riesgo país implica la inversión de instrumentos emitidos por el gobierno de un país en un momento dado. Revela el nivel de riesgo que corre un inversionista en no poder recuperar sus inversiones en un cierto país.” (Gudynas, 2005, pág. 23)

TABLA 1: Riesgo País

AÑO	MES	PUNTOS
2012	Diciembre	826
2013	Diciembre	530
2014	Diciembre	883
2015	Diciembre	1266

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis:

De acuerdo a la tabla 1, se puede ver que el riesgo país ha tenido un gran incremento desde diciembre del 2012 (826) hasta diciembre del 2015 (1266), en los últimos cuatro años, esto afecta al Ecuador ya que los inversionistas extranjeros no quieren invertir en el país por los problemas que actualmente se vive como la suspensión de importaciones y la implementación de salvaguardias que impuso el gobierno, esto representa una amenaza de alta intensidad para el proyecto.

2.1.1.04 Tasa de interés

Afirma (Delgado & Pazmiño, 2013, pág. 35) qué; “Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero.”

2.1.1.04 Tasa Activa

"Precio que cobra una persona o institución crediticia por el dinero que presta."(Delgado & Pazmiño, 2013, pág. 35)

TABLA 2: Tabla activa

Tasas de Interés			
febrero-2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.32	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.17	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.82	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.59	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.88	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.01	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.14	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.65	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.59	Consumo Prioritario**	17.30
Educativo	7.21	Educativo**	9.50
Inmobiliario	10.89	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.63	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.07	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.02	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.24	Inversión Pública	9.33

Fuente: BCE

Análisis:

De acuerdo a la tabla sobre la tasa de interés activa en el mes de febrero del 2016, se puede ver que en el segmento comercial prioritario PYMES que es el sector que abarca el proyecto la tasa efectiva referencial es de 11.14% anual y la tasa activa efectiva máxima es de 11.83%, es decir su valor no es tan alto en comparación a los otros segmentos. Esto representa una oportunidad de mediana intensidad ya que en comparación con otras instituciones financieras esta tasa es más baja.

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.

2.1.1.05 Tasa Pasiva

“Precio que se recibe por un depósito en los bancos.”(Delgado & Pazmiño, 2013, pág. 35)

TABLA 3: Tasa de interés Pasiva

FECHA	VALOR
dic-12	4,53%
dic-13	4,53%
dic-14	5,18%
dic-15	5,14%

Fuente: BCE

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis:

Según la tabla de la tasa de interés pasiva anual, se puede ver que entre diciembre del 2012 (4.53%) y diciembre 2015 (5.14%), se ha incrementado el porcentaje de interés, lo que se debe tomar muy en cuenta a la hora de invertir. Esto representa una oportunidad de intensidad media.

2.1.2 Factor Social

"El cambio social es quizá la variable externa más difícil de pronosticar, influenciar o integrar, incluyen nuestras actitudes valores y estilos de vida que influyen en los productos que las personas compran, los precios pagados por los productos, la efectividad de promociones específicas y como, donde y cuando esperan comprar productos las personas." (Rodríguez Santoyo, 2013, pág. 20)

2.1.2.01 Crecimiento poblacional

TABLA 4: Crecimiento poblacional

AÑO	PARROQUIA	POBLACION
2010	Kennedy	70,041

Fuente: INEC

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis:

En la tabla se puede apreciar que la tasa de crecimiento según el último censo realizado en el año 2010 es de 70.041, esto significado una oportunidad de intensidad media.

2.1.2.02 Tasa de Desempleo

"La tasa de desempleo mide el número de personas que buscan activamente un trabajo sin encontrarlo, como porcentaje o fracción de la fuerza laboral total." (Larraín B & Sachs, 2002, pág. 8)

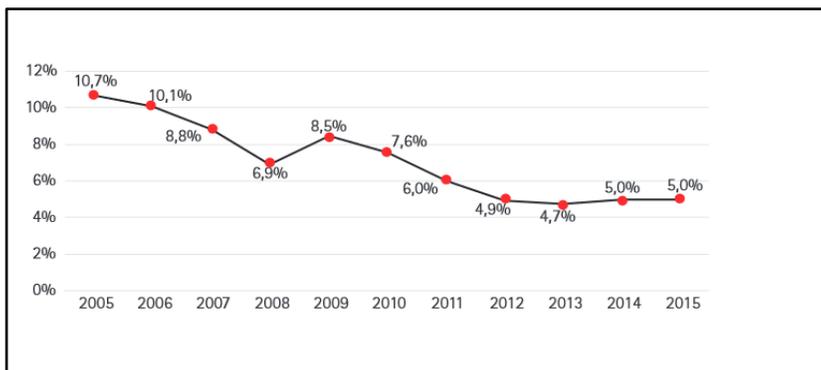


GRÁFICO 3: Desempleo

Fuente: Revista Ekos

Análisis:

De acuerdo al gráfico 3 se puede apreciar que en el año 2012 y 2013 el porcentaje de desempleo disminuyó notablemente a comparación de los años anteriores, pero en los dos años siguientes, es decir en el 2014 y 2015 se ha incrementado aunque en una mínima cantidad, es decir, que disminuyeron las fuentes de empleo por lo cual aumentaron las personas desempleadas. Esto representa una amenaza de intensidad media para el proyecto.

2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)

“Son todas las personas en edad de trabajar que en la semana de referencia se encontraban trabajando (ocupadas) o buscando activamente trabajo (desocupadas).”

(Arrieta Muñoz Najar & Centty Villafuerte, 2004, pág. 268)

TABLA 5: Población económicamente activa

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA	
QUITO	
EDAD	TOTAL
De 10 a 14 años	143,669
De 15 a 19 años	145,212
De 20 a 24 años	156,575
De 25 a 29 años	153,789
De 30 a 34 años	132,683
De 35 a 39 años	113,534
De 40 a 44 años	97,509
De 45 a 49 años	91,284
De 50 a 54 años	74,270
De 55 a 59 años	61,454
De 60 a 64 años	46,952
De 65 a 69 años	36,232
De 70 a 74 años	25,263
De 75 a 79 años	17,755
De 80 a 84 años	12,942
De 85 a 89 años	6,827
De 90 a 94 años	2,984
De 95 a 99 años	865
De 100 años y más	164
Total de 20 a 69 años	989,545

Fuente: INEC

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis

De acuerdo a la tabla se puede apreciar que la población económicamente activa a partir de los 20 años hasta los 69 años representa la mayoría de la población lo que significa una oportunidad de intensidad media ya que en esta parte de la población estas los familiares del adulto mayor que serán los que van a costear el servicio que ofrece la casa hogar.

2.1.3 Factor legal

"Los empresarios deben ser conscientes y conocedores de las leyes que le afecten desde cualquier punto de vista. Lo importante para la empresa es adelantarse a las nuevas normativas tomando las medidas oportunas, como el de registro de patentes y marcas." (Maqueda, Olamendi, & Parra, 2003, pág. 59)

2.1.3.01 Requisitos

Requisitos para sacar el RISE:

*Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía

*Presentar el último certificado de votación

*Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

*Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

2.1.4 Factor tecnológico

"Existen dos formas en que el entorno tecnológico afecta a su empresa. Una es que los nuevos métodos de producción modifican de manera sustancial la estructura de costos del sector industrial y, por lo tanto, también cambian la rentabilidad de los competidores.

Sea consciente de que la tecnología cambiante de fabricación ocurre tanto entre sus proveedores y/o clientes, como entre los competidores." (Rafael, 2013, pág. 22)

Análisis.

El factor tecnológico en la actualidad es indispensable en cualquier empresa, ya que esta brinda beneficios que ayudan al desarrollo de la misma. Al ser una herramienta la tecnología contribuye a la realización óptima de las actividades en la empresa, este factor representa una oportunidad de mediana intensidad para el proyecto.

2.2. Entorno Local

2.2.1. Clientes

“Son los consumidores o usuarios de productos y servicios. Es el grupo hacia el que se orienta la explotación del negocio.” (Reyno morberg, 2007, pág. 44)

2.2.1.01 Clientes Internos

Los clientes internos son aquellos que están dentro de la organización, y que cumplen una función muy importante ya que también contribuyen al desarrollo de la empresa.

2.2.1.02 Clientes Externos

Son los clientes que utilizan el servicio, es decir que están fuera de la organización, como empresa se debe buscar estrategias para atraer estos clientes.

2.2.1.03 Poder de negociación

Se ofrecerán servicios adicionales para que los clientes se sientan satisfechos, además se brindará una atención especializada a cada uno de ellos, las instalaciones contará con adecuaciones para cada una de sus necesidades, también se podrá cancelar en efectivo o mediante tarjetas de crédito.

2.2.2 Proveedores

Son los que aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la empresa, en ocasiones de manera exclusiva. Incluye trabajadores o profesionales que facturan sus servicios, al no estar ligados por medio de un contrato laboral. (Reyno morberg, 2007, pág. 30)

CUADRO 1: Proveedores

PROVEEDORES	UBICACION	PRODUCTO O SERVICIO
Distribuidora Rosi	Calle M, N73-219 y Ricardo Descalzi, segunda etapa. Urbanización El Condado.	Muebles y Enseres
Olimpia	Sector la Kennedy	Útiles de aseo y limpieza
Confecciones Star	Calle Ramón Borja Y Arsentales	Ropa para el tendido de camas

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Poder de Negociación

Se tratara de buscar acuerdos con los proveedores para establecer descuentos en los servicios adicionales que se contraten como el seguro de salud, además se definirán los plazos de pago a los proveedores.

2.2.3 Competidores

"Empresas del mismo sector que ofrecen productos o servicios similares a los producidos por otra empresa. En algunos casos se dan alianzas entre competidores."

(Reyno morberg, 2007, pág. 30)

CUADRO 2: Competidores Directos

ESTABLECIMIENTO	SERVICIO
Más vida (Estancia para adulto mayor)	Residencia temporal para adultos mayores
Villa cariño para adultos mayores	Club residencial
Dorila con amor	Residencia para adultos mayores
Perpetuo Socorro	Residencia para adultos mayores
Hogar geriátrico	Guardería para adultos mayores
Hogar de ancianos corazón de Jesús	Residencia para el adulto mayor

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

2.2.3.01 Ventajas competitivas

El lugar donde se sitúa la empresa es una de las ventajas competitivas debido a la demanda existente del lugar, además la calidad del servicio también representa una ventaja que influye mucho en los clientes.

2.3 Análisis Interno

"En este apartado, la empresa describe todos los puntos que la caracterizan. Esos puntos que la hacen diferente a las demás. Tiene que conocerlos en profundidad y de

esta manera, ser consciente de sus posibilidades de respuesta ante las demandas del mercado." (Maqueda, Olamendi, & Parra, 2003, pág. 55)

2.3.1 Propuesta Estratégica

Una de las estrategias es la comunicación de los adultos mayores con sus familiares por medio video llamadas en la computadora ya que muchas veces no los pueden visitar físicamente pero esta alternativa servirá para que los familiares no pierdan contacto con el adulto mayor.

2.3.1.1. Misión

"Define el propósito principal de la empresa o idea de negocio, o sea, por qué existe. La misión de la empresa trata de resumir la razón de existir de la misma, ello requiere que se analice de una forma muy concreta por qué y para qué debe ejercer la empresa su actividad o actividades." (Muñiz, 2010, pág. 156)

2.3.1.1.01 Formulación de la misión

Ser una casa hogar para adultos mayores dedicados a brindar un servicio de calidad y confiabilidad que logre satisfacer las necesidades de los clientes para lo cual se cuenta con un equipo humano y tecnológico comprometido con el bienestar de los clientes y con los objetivos de la organización.

CUADRO 3: Principios y valores de la misión.

PRINCIPIOS	
Ética profesional	Para poder brindar un servicio de calidad al cliente.
Servicio confiable	Prestar el servicio de forma responsable para así generar confiabilidad.
Buen trato	El clima debe permanecer en el respeto ya sea entre trabajadores y así mismo para con el cliente.
VALORES	
Respeto	Aceptar las diferencias que tenemos entre compañeros y clientes.
Confidencialidad	Actuar con cautela ante posibles situaciones de nuestros clientes.
Integridad	Cumplir a cabalidad con las obligaciones y derechos.
Tolerancia	Atender con paciencia y de buena manera a nuestros clientes sin importar su condición.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

CUADRO 4: Elementos para definir la misión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Servicio de cuidado y residencia del adulto mayor.
Razón de ser o de existir	Brindar un servicio de calidad y responsabilidad hacia el adulto mayor.
Mercado al que sirve	Adultos mayores que requieren de la ayuda de terceras personas para realizar sus actividades.
Características del servicio	Confiabilidad y buen trato al adulto mayor.
Principios y valores	Actuar con respeto, confiabilidad, integridad y tolerancia.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

2.3.1.2 Visión

"La visión es una declaración de a dónde quiere llegar la empresa en el futuro en los próximos años. La visión debe ser una declaración precisa y concreta que sirva como punto de referencia cuando se deben obtener los objetivos y las estrategias para conseguirlos." (Muñiz, 2010, pág. 156)

2.3.1.2.01 Formulación de la visión

Mi dulce hogar para adultos mayores se proyecta hacia el 2021 el posicionamiento en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, como la mejor opción de calidad que ofrece el servicio de cuidado hacia el adulto mayor y ser referente de paciencia, perseverancia y buen trato hacia el mismo.

CUADRO 5: Principios y valores de la visión

PRINCIPIOS	
Trabajo en Equipo	Apoyar a la consolidación de lasos de compañerismo para llegar al objetivo deseado.
Liderazgo	Ser un buen líder en la empresa para apoyar al desarrollo de la misma.
Trato equitativo	Tratar con respeto a nuestros clientes y colaboradores.
VALORES	
Perseverancia	Ante los factores que debiliten nuestra organización.
Honradez	Actuar a conciencia con nuestros clientes.
Solidaridad	Brindar el apoyo y cuidado oportuno a nuestros clientes.
Puntualidad	En nuestras obligaciones administrativas y con los trabajadores.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

CUADRO 6: Elementos para definir la visión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISIÓN	
Posición deseada en el mercado	Posesionarnos como líderes en el servicio de calidad hacia el adulto mayor.
Tiempo	En 5 años se busca ser reconocidos en el norte de Quito por el buen servicio brindado.
Mercado de la empresa	Norte de Quito Urbano, sector la Kennedy
Producto	Cuidado del adulto mayor.
Principios y valores	Actuar con respeto, confiabilidad, integridad y tolerancia.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

Ser una casa hogar para adultos mayores que brinde las atenciones adecuadas de acuerdo a las necesidades de los clientes para de esta forma ser competitivos en el mercado.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Brindar la calidez de un hogar al adulto mayor.
- Ofrecer los servicios básicos y el lugar físico apropiado al adulto mayor.
- Incentivar al equipo de trabajo.
- Proporcional seguridad a los clientes y colaboradores de la empresa.

2.3.1.4 Principios o Valores

Principios:

- **Trato justo y equitativo:** La empresa tomará en cuenta la participación de las opiniones o sugerencias que tengan los clientes respecto al servicio brindado, así mismo se tratara a cada una de las personas con el debido respeto y consideración para así crear un ambiente laboral en que todos estemos a gusto.
- **Servicio confiable:** La calidad del servicio que se brindará garantiza el bienestar de los clientes y la satisfacción de sus necesidades por lo que se incentivará a los

trabajadores a brindar un buen servicio que genere confiabilidad y una excelente calidad.

- **Humanización:** Se busca el crecimiento de las personas que constituyen la empresa, para que cumpliendo con sus deberes y derechos puedan desarrollarse personalmente sin apartarse de las normas establecidas.
- **Verdad:** La empresa cumplirá con honradez los deberes que tiene con los trabajadores, clientes y otras instituciones con las que mantenga obligaciones.

Valores

- **Integridad:** Cumplir con los deberes y derechos de una forma responsable, pues así no será perjudicial para los clientes ni a los trabajadores.
- **Puntualidad:** Efectuar el cumplimiento de las obligaciones administrativas a tiempo para llevar un adecuado control, y así mismo cumplir a tiempo los deberes con los clientes.
- **Honradez:** Generar confianza en los clientes y trabajadores realizando las actividades con transparencia.
- **Solidaridad:** Buscar el bien común, es decir, no velar solamente por los intereses de la empresa sino también por el de los clientes y colaboradores.
- **Respeto:** Entender los diversos pensamientos y sentimientos de las personas con las que habrá relación.

2.3.2 Gestión Administrativa

“La gestión administrativa estrechamente conceptualizada se asimila al manejo cotidiano de recursos financieros en el marco de una estructura que distribuye atribuciones y responsabilidades y que define el esquema de la división del trabajo.” (Hernández Fraga, 2012, pág. 21)

2.3.2.01 Planificar

"La planificación como la función administrativa que sirve de base para las demás funciones. Mediante ella se determinan los objetivos que hay que cumplir y las tareas para alcanzarlos. La planificación indica hacia dónde se pretende llegar, qué hacer, cómo, cuándo y en qué orden se realiza." (Hernández Fraga, 2012, pág. 16)

En la empresa se realizará un plan en el que se definirá el objetivo al que se desea llegar, y como se va a llegar a este estableciendo los procesos que se seguirá en la empresa.

2.3.2.02 Organización

"La organización es la parte de la administración que implica establecer una estructura intencional de los papeles que desempeñan las personas y se dirige a ordenar y armonizar los recursos humanos, materiales y financieros que se disponen para el cumplimiento de los objetivos propuestos." (Hernández Fraga, 2012, pág. 17)

2.3.2.02.1 Organigrama Estructural

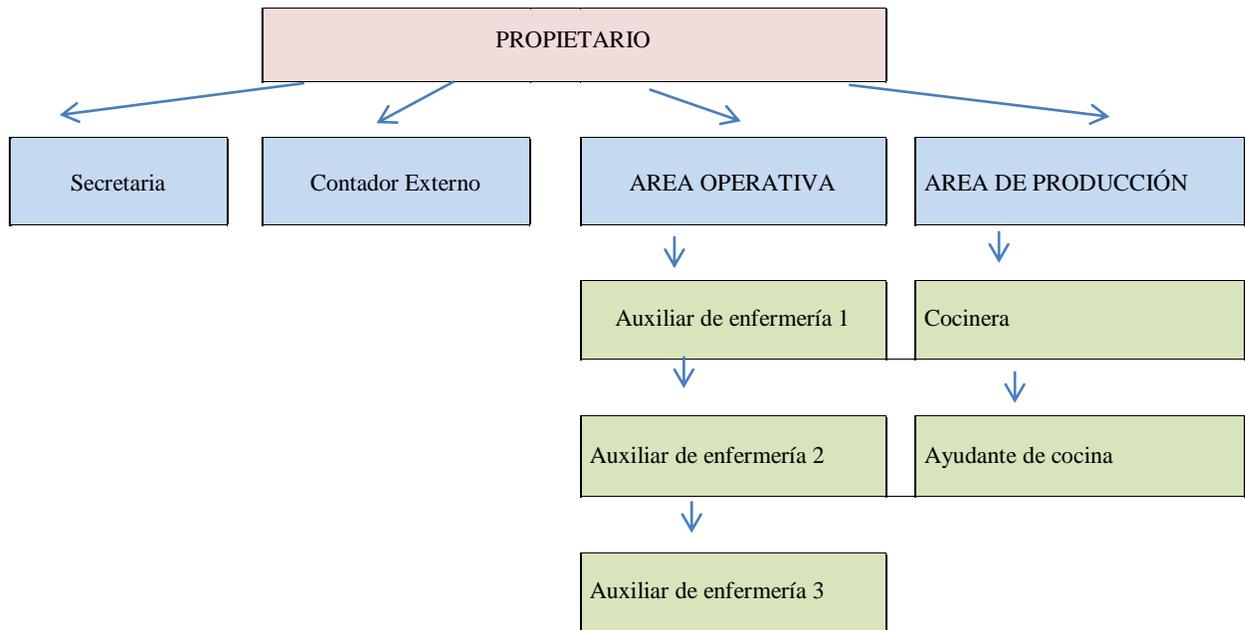


GRÁFICO 4: Organigrama estructural
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

PERFIL DE PUESTO O CARGO

CUADRO 7: Perfil del propietario

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Es el encargado de dirigir la empresa y tomar decisiones para el bienestar de la misma, además supervisará el trabajo que se realice en la misma.	
Cargo:	Propietario
Número de Personas en el Cargo:	Siete personas (7)
Sueldo:	\$450
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, supervisar y contralar las actividades que se realicen en la empresa. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear estrategias para el desarrollo de la empresa. • Incentivar al personal para que realicen con éxito sus labores. • Supervisar el cumplimiento de los deberes y derechos en la organización. • Velar por el bienestar de los clientes, de la empresa y los trabajadores. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Designar funciones a cada trabajador. • Administrar responsablemente la empresa. 	
Requisitos de Educación:	Tecnólogo/a en Administración de empresas.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

CUADRO 8: Perfil de auxiliares de enfermería

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Se encarga del cuidado directo del adulto mayor, y la atención que estos requieran como las necesidades básicas y de recreación.	
Cargo:	Auxiliares de enfermería
Sueldo: \$400	
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <p>Velar por el bienestar del adulto mayor. Cuidado directo del mismo.</p> <p>Funciones secundarias</p> <p>Servir de apoyo al adulto mayor.</p> <p>Asistir al adulto mayor en sus necesidades básicas.</p> <p>Ayudar al adulto mayor en la alimentación, vestimenta, deambulación, medicación y actividades recreativas.</p> <p>Estar pendiente de las actividades que realiza el adulto mayor.</p> <p>Responsabilidades</p> <p>Cuidado directo del adulto mayor.</p>	
Requisitos de Educación:	Título o certificado de Auxiliar de Enfermería
Requisitos de Experiencia	De un año en adelante.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

CUADRO 9: Perfil de trabajadora doméstica

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Se encargará de la preparación de la comida del personal y de los clientes (adulto mayor), además de mantener el aseo en la casa y de la ropa de los clientes.	
Cargo:	Trabajador/a doméstico
Número de Personas en el Cargo:	Una persona
Sueldo:	\$366 Básico
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con el aseo y orden de la casa hogar. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cocinar para las personas que trabajan y los adultos mayores que residen en la casa hogar. • Asear la casa hogar. • Lavar en la máquina de ropa, la vestimenta de los adultos mayores. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser puntual en el horario de alimentación • Utilizar correctamente los recursos. 	
Requisitos de Educación:	No necesita ser bachiller. Primaria completa.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en labores similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

2.3.2.03 Dirección

“Se consideran los términos mando, dirección y ejecución sinónimos. Las terminologías utilizadas se refieren a la función administrativa que influye sobre las personas para obtener metas y realizar las actividades planificadas.” (Hernández Fraga, 2012, pág. 18)

La dirección de la empresa estará a cargo del propietario el mismo que se encargará de la definición de las funciones que va a desempeñar cada trabajador, de esta forma habrá una mejor organización y se cumplirán las metas propuestas.

2.3.2.04 Control

"Control significa comprobar, actuar sobre las desviaciones, verificar las normas y estándares y restringir su comportamiento. El control comienza en el momento que se definen los objetivos deseados, sobre los cuales se pueden comprobar con posterioridad el desempeño real resultando importante que se comuniquen a los involucrados los objetivos en cuya consecución se encuentran involucrados." (Hernández Fraga, 2012, pág. 20)

El control de la empresa se realizará mediante formularios de productividad que los trabajadores deben llenar en cada turno de acuerdo a las actividades que realice. Además los clientes llenarán una encuesta de satisfacción para poder determinar la calidad del servicio que se está brindando.

2.3.3 Gestión Operativa

"La gestión operativa es la fase de la gestión eficaz que permite utilizar todo el potencial generado en las etapas precedentes, incluida la fase de control. Nos permite identificar los cuellos de botella existentes que obstaculizan el logro de los objetivos prioritarios y adoptar las medidas correctas que permitan eliminarlos." (Merli, 1997, pág. 139)

2.3.3.01 Flujograma de Procesos o de servicios

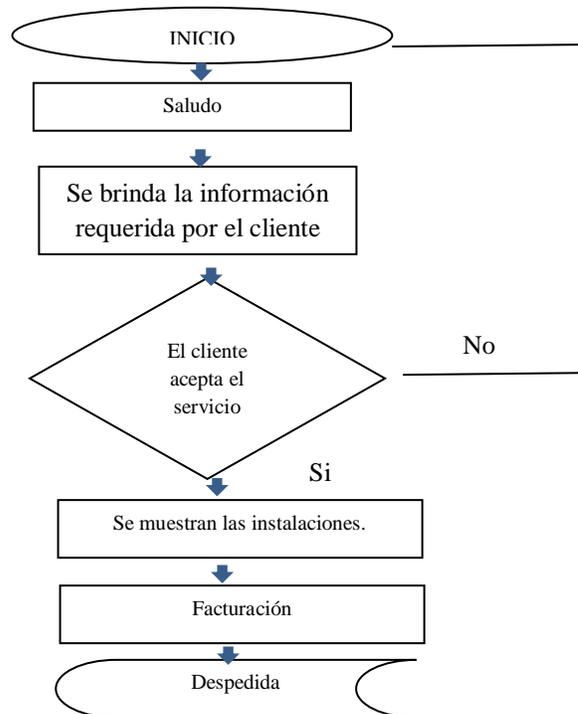


GRÁFICO 5: Organigrama de servicios
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

2.3.4 Gestión Comercial

2.3.4.1 Servicio

El servicio que se ofrecerá es el cuidado y residencia para el adulto mayor en el que además se ofrecerán actividades recreativas.



GRÁFICO 6: Imagen del servicio
Fuente: www.lascondes.cl.com
Elaborado por: Fanny Masache



GRÁFICO 7: Imagen del servicio
Fuente: www.yinyangperul.com
Elaborado por: Fanny Masache

2.3.4.2 Precio

Los precios del servicio se fijarán de acuerdo a los costos de la empresa, al precio referencial en el mercado y de la competencia. Además del análisis que se realice para definir si los clientes pueden pagar el servicio.

2.3.4.3 Plaza

El lugar en donde estará ubicada la empresa "Mi dulce Hogar para Adultos Mayores"; es el sector de la Kennedy al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el que se ha visto que existe una favorable demanda del servicio.

2.3.4.4 Promoción

La promoción de la casa hogar para adultos mayores se realizará por medio de redes sociales, ya que en la actualidad es un medio que la mayoría de la población ocupa, además de ser económico. También se harán hojas volantes que se repartirán en el sector, mediante estas hojas volantes daremos a conocer el servicio, además se realizará tarjetas de presentación para dejar en hospitales ya que existen muchas personas que buscan el servicio en estos lugares

2.3.4.4.01 Logotipo



GRÁFICO 8: Logotipo de la empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Significado de los colores:

AZUL: Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma.

VERDE: Es un color relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.

BLANCO: El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado.

Slogan: Disfruta de un dulce hogar.

2.3.4.4.02 Papelería corporativa

Tarjeta de presentación



GRÁFICO 9: Tarjetas de presentación de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Sobres



GRÁFICO 10: Sobres de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Carpetas

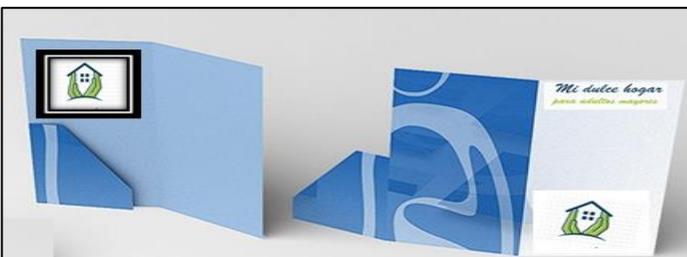


GRÁFICO 11: Carpetas de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.

2.3.4.4.03 Material P.O.P

Esferos



GRÁFICO 12: Imagen de esferos con logotipo de la empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Tasas



GRÁFICO 13: Imagen de tasas con logotipo de la empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Llaveros



GRÁFICO 14: Imagen de llaveros con logotipo de la empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

2.4 Análisis FODA

"El análisis DAFO tiene por objeto integrar el diagnóstico interno con el externo para orientar a la empresa en la formulación de la estrategia más conveniente." (Moya, 2007, pág. 33)

"Una oportunidad es una circunstancia o situación del entorno que es potencialmente favorable para la empresa. Una amenaza es una circunstancia o situación del entorno desfavorable para la empresa.

Una fortaleza es un elemento favorable interno para la empresa. Una debilidad es un elemento desfavorable interno para la empresa." (Moya, 2007, pág. 33)

CUADRO 10: Factores externos (matriz DAFO)

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Inflación					X	
PIB			X			
Riesgo País				X		
Tasa de interés activa		X				
Tasa de interés pasiva		X				
Factor social					X	
Crecim. poblacional		X				
PEA		X				
Desempleo					X	
Factor legal			X			
Factor tecnológico		X				
Clientes		X				
Proveedores		X				
Competidores					X	
TOTAL	0	7	2	1	4	0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

CUADRO 11: Factores internos (matriz DAFO)

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Misión		X				
Visión		X				
Gestión administrativa		X				
Gestión operativa		X				
Gestión comercial						X
TOTAL	0	4	0	0	0	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis

De acuerdo a la matriz DAFO en los factores externos se observa que existen más oportunidades que amenazas, aunque existe una amenaza de intensidad alta que se debe tomar muy en cuenta para que no tenga mayor influencia en el proyecto. También se puede ver cuáles son las amenazas para poder convertirlas en oportunidades.

En los factores internos existen tenemos más fortalezas que debilidades, las cuales hay que cuidar que no se conviertan en debilidades ya que estos son factores que se pueden controlar.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

“La investigación de mercados tiene la función de ayudar al directivo a tomar decisiones. En este sentido contribuye a disminuir el riesgo en la toma de decisiones, en base a aportar información objetiva en el mercado.” (Ferré Trenzano & Ferré Nadal, 1997, pág. 1)

3.1 Análisis situacional

“Un análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las y elementos externos.” (Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004, pág. 23)

3.1.01 Objetivo del estudio de mercado

Establecer las condiciones que existen en el mercado en el que se va a desarrollar el proyecto para así poder tomar decisiones de una forma más acertada, y poder llegar a los objetivos planteados.

3.1.02 Objetivos específicos del estudio del mercado

- ✓ Determinar los clientes para proyectar las ventas.
- ✓ Establecer las formas de pago del servicio.
- ✓ Analizar los canales de distribución a utilizarse.
- ✓ Estudiar la oferta y demanda.
- ✓ Identificar la competencia.
- ✓ Analizar los precios existentes en el mercado.

3.1.03 Segmentación de mercado

“Se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, permite que los productores eviten la competencia directa en el mercado.” (Lazar Kanuk, 2005, pág. 50)

La segmentación tiene como propósito dividir en grupos pequeños el mercado al que se dirige el servicio de la empresa mi dulce hogar para adultos mayores, de esta forma se

conocerá mejor a los consumidores sus necesidades, poder de compra y nivel de consumo.

CUADRO 12: Segmentación de mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha Cantón: Quito Sector: La Kennedy Localidad: Av. Los Pinos y Av.6 de Diciembre	Género Indistinto Población: PEA Nacionalidad: Indistinta Nivel socio económico: Medio al medio bajo	Entregar un buen servicio y precio tener una buena publicidad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

3.1.1. Determinación de la población y muestra

3.1.1.01 Población

“Población es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos.” (Rodríguez Moguel, 2005, pág. 79)

3.1.1.02 Tamaño del Universo

CUADRO 13: Tamaño del universo

Universo	No.
POBLACION DE QUITO PROYECCION AL 2015	2.551.721
POBLACION DE LA PARROQUIA	70.041
POBLACIÓN PEA	989.545

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

3.1.1.03 Muestra

“Proporción de una población seleccionada para un estudio de investigación.” (Pope, 2002, pág. 386)

3.1.1.04 Formulación de la muestra

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Nomenclatura:	n=	Tamaño de la muestra
	N=	Población o universo
	P=	Posibilidad de éxito (50%)
	Q=	Posibilidad de Fracaso (50%)
	E ² =	Margen de error (5%) ²
	Z ² =	Nivel de confianza (1.96) ²

DESARROLLO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{70.041 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96)^2}{(70.041-1)(0.05)^2 + 0.5 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{70.041 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 3.8416}{(70.040)(0.0025) + 0.5 \cdot 3.8416}$$

$$n = \frac{67267,3764}{177,0208}$$

$$n = 379,997020 \quad n = 380 \text{ encuestas}$$

3.1.2. Técnicas de la obtención de la información

“Las técnicas de obtención de información son complementarias y frecuentemente se utilizan de forma conjunta para la resolución de un mismo problema.” (Fernández Nogales, 2004, pág. 32)

Observación

“Examen minucioso y profundo de un hecho o fenómeno para conocer su comportamiento y características dentro de su medio ya sea con alteración en las variables o no.” (Muñoz Razo, 2007, pág. 203)

Entrevista

“Recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistador.” (Muñoz Razo, 2007, pág. 203)

Cuestionario

“Documento en el cual se recopila información por medio de preguntas concretas aplicadas a un universo o una muestra establecidos, con el propósito de conocer una opinión.” (Muñoz Razo, 2007, pág. 203)

Test

“Son pruebas psicométricas cuyas instrucciones de realización y su ejecución no necesitan el uso de la palabra.” (Iglesias Cortizas & Sánchez Rodríguez, 2007, pág. 98)

Encuestas

“Recopilación de datos concretos dentro de un tópico de opinión específica mediante el uso de cuestionarios o entrevistas con preguntas y respuestas precisas que permiten

hacer una rápida tabulación y análisis de esa información.” (Muñoz Razo, 2007, pág. 213)

3.1.2.01 Modelos da la encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información que me ayude a determinar la oferta y demanda en el sector del proyecto que estoy desarrollando al estar próximo a la obtención de la tecnología en administración bancaria y financiera.

DATOS GENERALES:

Nombre y Apellido:..... **Genero:** M.... F....

EDAD:..... **Actividad Económica:** SI..... NO... **Sueldo\$:**

PREGUNTAS.

Por favor conteste de acuerdo a su criterio las siguientes preguntas:

1.- ¿Conoce usted la finalidad de una casa hogar para adultos mayores?

SI..... NO.....

2.- ¿Conoce si en el sector existe una casa hogar para adultos mayores?

SI..... NO.....

3.- ¿Cree usted que sería beneficioso para el sector la implementación de una casa hogar para adultos mayores?

SI..... NO.....

4.- ¿Con que frecuencia ha visitado usted una casa hogar para adultos mayores?

Siempre..... A veces..... Casi nunca..... Nunca.....

5.- Par usted ¿Cuáles son las principales características que debe tener una casa hogar para adultos mayores?

Precio

Seguridad

Calidad del servicio

Infraestructura adecuada

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

\$600-\$750

\$750-\$800

\$800-\$100

7.- ¿Está usted satisfecho con el servicio que otras casas hogar dan al adulto mayor?

SI..... NO.....

8.- ¿Cuál es el tipo de publicidad por el cual le gustaría conocer el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

Televisión..... Radio..... Internet..... Periódico..... Hojas
volantes.....Tarjetas de presentación..... Otros.....

9.- ¿Estaría dispuesto a utilizar el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

SI..... NO.....

10.- ¿Recomendaría a sus familiares la utilización del servicio de una casa hogar para adultos mayores?

SI..... NO.....

3.1.3. Análisis de la información

DATOS GENERALES

TABLA 6: Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	128	33,68%
Femenino	252	66,32%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

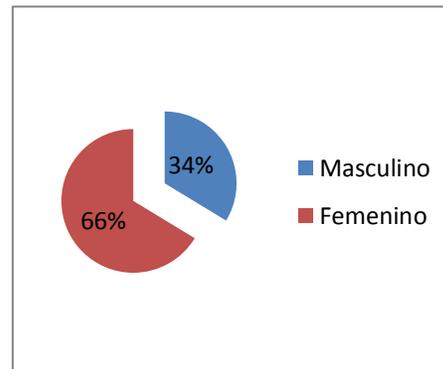


GRÁFICO 15: Género
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

Los datos de la tabla N° 6 de género, muestra que un 33.68% son hombres, y un 66,32% son mujeres, es decir que la mayoría de personas que respondieron a la encuesta son mujeres.

TABLA 7: Edad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años	113	29,74%
31-45 años	138	36,32%
46 años en adelante	129	33,95%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

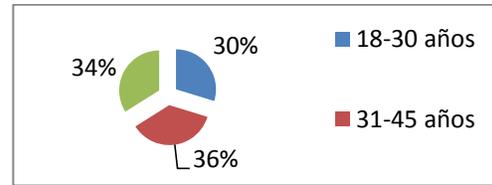


GRÁFICO 16: Edad
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla de edad se puede apreciar que las personas que respondieron a la encuesta se encuentran entre los 31 y 45 años en su mayoría (36,32%), seguido de las personas de 46 años en adelante (33,95%), y con el menor porcentaje se encuentran en la edad de 18 a 30 años (29,74).

TABLA 8: Actividad económica

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	78,16%
No	83	21,82%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

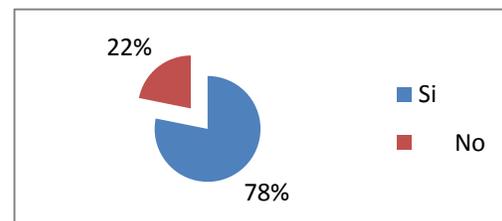


GRÁFICO 17: Actividad económica
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

Según la tabla N°8 de actividad económica se puede observar el 78,16% de personas que contestaron a la encuesta trabajan, es decir, que están activos económicamente, y solo un 21,82% no tienen una actividad económica.

TABLA 9: Sueldo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Básico	190	50,00%
Más del básico	120	31,58%
Menos del básico	70	18,42%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

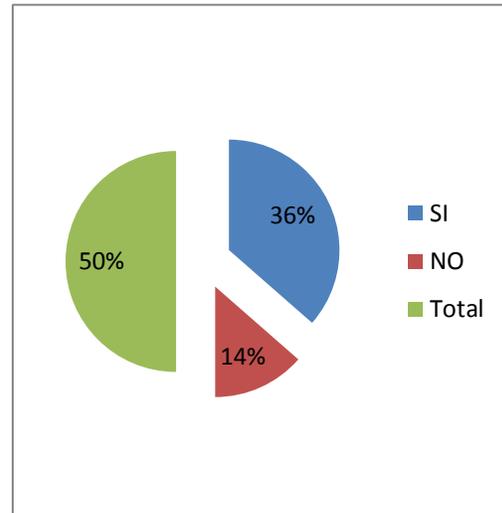


GRÁFICO 18: Sueldo
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

En la tabla de sueldo se puede ver que el 50%, es decir, la mitad de las personas que respondieron a la encuesta gana un sueldo básico, mientras que el 31,58% ganan menos del sueldo básico y el 18,42% más del sueldo básico.

TABULACIÓN DE LAS PREGUNTAS:

1.- ¿Conoce usted la finalidad de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 10: Tabulación pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	283	74,47%
NO	97	25,53%
Total	380	100.00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

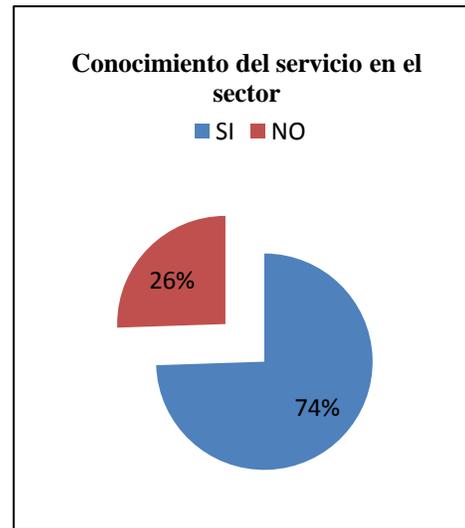


GRÁFICO 19: Conocimiento del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla 10 se puede apreciar que 74,47 % de los encuestados si conoce la finalidad de una casa hogar para adultos mayores, tan solo un 25,53% desconoce sobre el tema, esto es beneficioso para el proyecto ya que aumenta la posibilidad de que usen este servicio.

2.- ¿Conoce si en el sector existe una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 11: Tabulación pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	114	30.00%
NO	266	70.00%
Total	380	100.00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

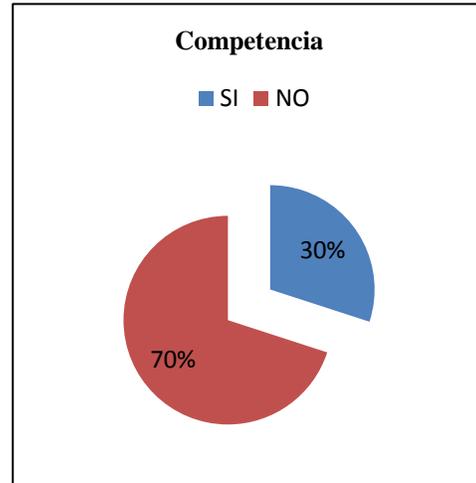


GRÁFICO 20: Competencia
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

Según los datos presentados en la tabla N° 11 se puede ver que la mayoría de personas (70,00 %) que respondieron a la encuesta no conocen una casa hogar para adultos mayores en el sector, tan solo un 30% conoce una casa hogar para adultos mayores en el sector, este es un aspecto positivo ya que al no tener tanta competencia se puede tener mayor oportunidad en el mercado estudiado.

3.- ¿Cree usted que sería beneficioso para el sector la implementación de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 12: Tabulación pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	270	71.05%
NO	110	28.95%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

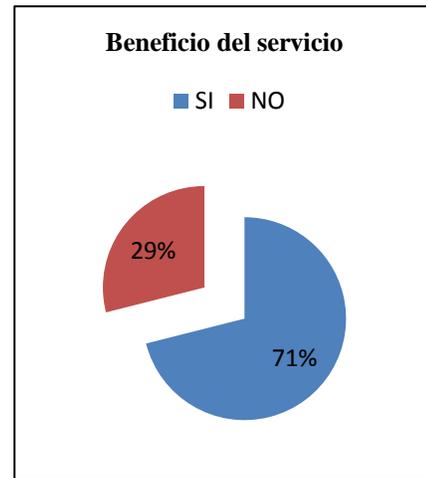


GRÁFICO 21: Beneficio del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

La tabla N° 12, muestra que la mayor parte de personas encuestadas (71,05%) cree que si será beneficioso una casa hogar para adultos mayores en el sector, y el 28,95% no están de acuerdo, esto representa una gran oportunidad en nuestro proyecto ya que la implementación de esta casa hogar tiene un buen nivel d aceptación.

4.- ¿Con que frecuencia ha visitado usted una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 13: Tabulación pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	51	13.42%
A veces	164	43.16%
Casi nunca	75	19.74%
Nunca	90	23.68%
Total	380	100.00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

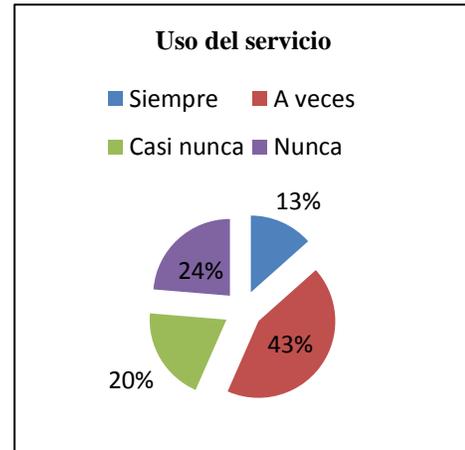


GRÁFICO 22: Uso del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla N° 13 se puede ver que la frecuencia de las personas que han visitado una casa hogar para adultos mayores, un 13,42% siempre visita, el 43,16% a veces, el 19,74 casi nunca y el 23,68% nunca. De acuerdo a los datos obtenidos mediante la encuesta existe la posibilidad de que los habitantes del sector puedan hacer uso del servicio con más frecuencia.

5.- Par usted ¿Cuáles son las principales características que debe tener una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 14: Tabulación pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precio	87	22,89%
Seguridad	107	28,16%
Calidad del servicio	106	27,89%
Infraestructura adecuada	80	21,05%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

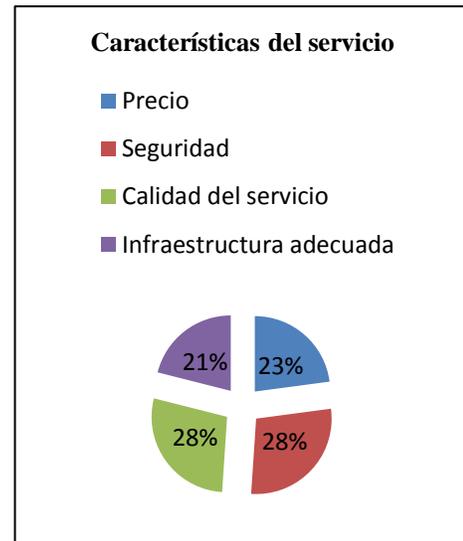


GRÁFICO 23: Características del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla N° 14, la principal característica que prefieren los clientes es la seguridad (28%) y calidad del servicio (27,89%) lo que nos indica que al implementar el proyecto estas características son fundamentales para atraer más clientes, sin dejar de lado la infraestructura (21,05%) y el precio (22,89%) ya que son características muy importantes.

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 15: Tabulación pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$600-\$750	169	44,47%
\$750-\$800	119	31,32%
\$850-\$1000	80	21,05%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

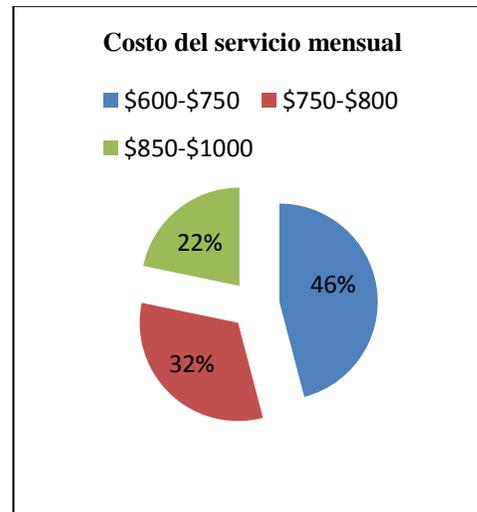


GRÁFICO 24: Uso del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a los datos de la encuesta que se presentan en la tabla N° 15 se observa que el rango del precio que la mayoría de personas prefieren pagar es el de \$600-\$750 (44,47%), aunque un 31,32% prefieren pagar \$750-\$800 y un 21,05% de \$850-\$1000, este es un aspecto muy importante para tomar en cuenta en el momento de fijar el precio del servicio, ya que este debe estar de acuerdo a las necesidades de los clientes.

7.- ¿Está usted satisfecho con el servicio que otras casas hogar dan al adulto mayor?

TABLA 16: Tabulación pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	113	29,74%
NO	267	70,26%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache



GRÁFICO 25: Satisfacción del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla se puede ver que existe un alto porcentaje (70,26%) de demanda insatisfecha, es decir que solo un 29,74% de las personas que contestaron a la encuesta se siente conforme con el servicio que otras casas hogar dan al adulto mayor, esto nos indica de la implementación del proyecto es una buena alternativa en el sector.

8.- ¿Cuál es el tipo de publicidad por el cual le gustaría conocer el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 17: Tabulación pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	36	9,47%
Radio	44	11,58%
Internet	111	29,21
Periódico	26	6,84
Hojas volantes	66	17,37%
Tarjetas de presentac.	81	21,32%
Otros	16	4,21%
Total	380	100.00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

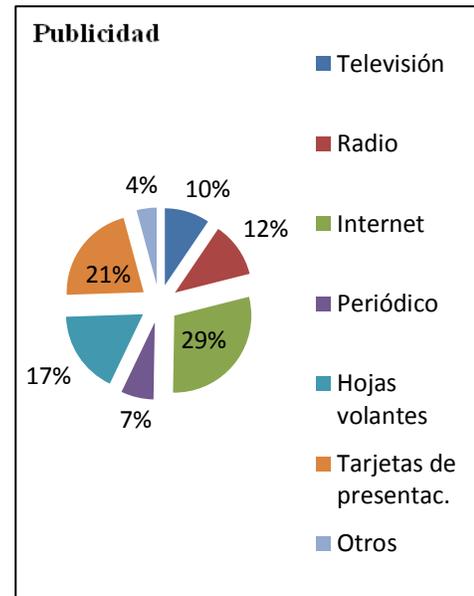


GRÁFICO 26: Publicidad
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla se puede observar que un 29% de personas que contestaron la encuesta desea conocer el servicio mediante el internet, esto es muy bueno ya que es el medio más económico lo que beneficia a la empresa, seguido con el 21% están las tarjetas de presentación y con 17% las hojas volantes que igualmente son un medio fácil de utilizar, minoritariamente está la radio (11,58%), periódico (6,84%) y televisión (9,47%) que son medios muy costosos y un 4,21 % desea conocer el servicio de una casa hogar para adultos mayores por otros medios.

9.- ¿Estaría dispuesto a utilizar el servicio de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 18: Tabulación pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	270	71,05%
NO	110	28,95%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

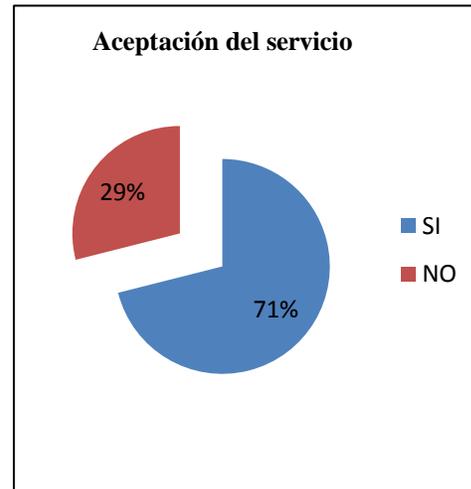


GRÁFICO 27: Aceptación del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

Según los datos de la tabla la mayoría de personas que respondieron a la encuesta (71%), está dispuesto a utilizar el servicio de una casa hogar para adultos mayores, esto quiere decir que el nivel de aceptación en el sector es alto, ya que solo un 28,95 % no utilizaría el servicio.

10.- ¿Recomendaría a sus familiares la utilización del servicio de una casa hogar para adultos mayores?

TABLA 19: Tabulación pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	277	72,89%
NO	103	27,11%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

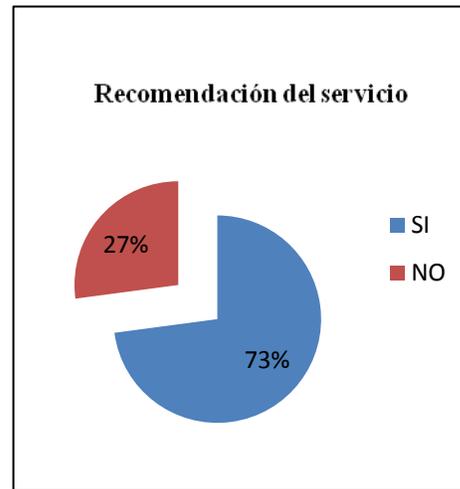


GRÁFICO 28: Recomendación del servicio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla, la encuesta demuestra que un 73% de las personas recomendaría a sus familiares la utilización del servicio de una casa hogar para adultos mayores, mientras que un 27,11 % no recomendaría la utilización del servicio esto genera una oportunidad para la empresa ya que aumentan los posibles clientes.

3.2. Oferta

“La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo.”

(Ávila Macedo, 2006, pág. 45)

3.2.01 Oferta histórica

No se han encontrado datos históricos sobre la oferta de este servicio ya que esta es una información que se maneja internamente en los centros que se dedican a esta actividad.

3.2.02. Oferta actual

“La finalidad es presentar un análisis cualitativo y cuantitativo de la oferta en base a un conjunto de informaciones estadísticas que permiten en un momento determinado, conocer las condiciones en que operan los oferentes de los bienes o servicios que se estudia en el área de mercado previamente determinado, explicando los niveles y tendencias de la producción registrada para el periodo de estudio, de igual forma el ubicar a los productores en el marco de la estructura de mercado al que pertenecen.” (Veraguas, 1983, pág. 96)

3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual

TABLA 20: Oferta actual

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2016	\$ 114,616.26	0.2974	\$ 34,086.88

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

3.2.03 Oferta proyectada

“Consiste en preveer la evolución de la oferta mediante la formulación de hipótesis que intervienen y condicionan su comportamiento, calculando y analizando de esta manera las perspectivas y tendencias a corto, mediano y largo plazo, tomando en consideración el periodo de vida del proyecto.” (Veraguas, 1983, pág. 97)

TABLA 21: Oferta proyectada

Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	\$ 116,197.96	0.2974	34,557.27
2018	\$ 117,801.50	0.2974	35,034.16
2019	\$ 119,427.16	0.2974	35,517.64
2020	\$ 121,075.25	0.2974	36,007.78
2021	\$ 122,746.09	0.2974	36,504.69

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla se puede apreciar que para el 2021 tendremos una oferta de 36,504.69, es decir, que el servicio que se ofrecerá en cinco años habrá aumentado de acuerdo a la aceptación de los clientes. Este cálculo nos ayuda a tomar mejores decisiones para ir mejorando el servicio de acuerdo a las necesidades de los clientes.

3.3 Demanda

“Son las distintas cantidades o alternativas de un bien o servicio, que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado.” (Rosales Obando, 2000, pág. 25)

3.3.01 Demanda histórica

No existe una información concreta sobre las personas que hacen uso de este servicio, sin embargo actualmente se conoce que los usuarios se han ido incrementando.

3.3.02 Demanda actual

“El objetivo es presentar un panorama de la situación que prevalece en el mercado, con respecto al producto que el proyecto propone llevar a cabo, ya sea referido a bienes o servicios principales, sub productos, productos similares o sustitutos.” (Veraguas, 1983, pág. 91)

3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual

TABLA 22: Demanda actual

DEMANDA ACTUAL			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 114,616.26	1	\$ 114,616.26

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

3.3.03 Demanda proyectada

“Visión del comportamiento de la demanda del producto en el futuro, previendo hasta donde es posible su evolución para todo el período de vida útil del proyecto.” (Veraguas, 1983, págs. 92-93)

TABLA 23: Demanda proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	\$ 114,616.26	1.0138	\$ 116,197.96
2018	\$ 116,197.96	1.0138	\$ 117,801.50
2019	\$ 117,801.50	1.0138	\$ 119,427.16
2020	\$ 119,427.16	1.0138	\$ 121,075.25
2021	\$ 121,075.25	1.0138	\$ 122,746.09

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a esta tabla podemos ver la evolución de la demanda, es decir, que en cinco años (2021) tendremos una demanda de \$ 122,746.09 de acuerdo al crecimiento poblacional del sector en donde se implementará el proyecto.

3.4 Balance oferta-demanda

3.4.01 Balance actual

TABLA 24: Balance actual

BALANCE ACTUAL			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2016	\$ 114,616.26	\$ 34,086.88	\$ 80,529.38

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

3.4.0.2 Balance proyectado

TABLA 25: Balance proyectado

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	116,197.96	34,557.27	81,640.69
2018	117,801.50	35,034.16	82,767.33
2019	119,427.16	35,517.64	83,909.52
2020	121,075.25	36,007.78	85,067.47
2021	122,746.09	36,504.69	86,241.40

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

De acuerdo a la tabla la demanda insatisfecha para el año 2021 es de 86,241.40, lo que nos ayuda a ver qué parte del mercado puede corresponder al proyecto, ya que de acuerdo a estos datos esta parte de la población no se encuentra satisfecha con el servicio que actualmente ofrecen otras casas hogares el adulto mayor, para nuestro proyecto esto es algo favorable ya que se puede cubrir las expectativas que se tienen los usuarios sobre el servicio.

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

“Supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final, apropiada y obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones del sistema financiero.” (Miranda Miranda, 2005, pág. 118)

4.1 Tamaño del proyecto

“Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.” (Miranda Miranda, 2005, pág. 119)

4.1.01 Capacidad instalada

“Está relacionada con la localización y distribución de planta. No hay que olvidar que la capacidad depende de la demanda y que esta puede ser fuertemente influida por la localización.” (Huertas García & Domínguez Galcerán, 2008, pág. 174)

La tabla de capacidad instalada indica el espacio que se tiene para atender la demanda, es decir, que son los espacios que estarán a disposición de los clientes de acuerdo al servicio que se desea brindar y de esta capacidad también depende la calidad del servicio

TABLA 26: Capacidad Instalada

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
12 Habitaciones	3*3m ²	108m ²
3 Baños para pacientes	1,50*3m ²	9m ²
1 Baño para personal	1,50*1,50m ²	2,25m ²
Cocina	3*5m ²	15 m ²
Comedor	4*5m ²	20m ²
Cuarto de lavado	4*2m ²	8m ²
Patio	5*5m ²	25m ²
Sala de estar	4*4m ²	16m ²
Sala de actividades recreativas	7*5m ²	35m ²
Estación de enfermería	4*3m ²	12m ²
Oficina de administración	3*3m ²	9m ²
Recepcionista	2*2m ²	4m ²
3 Parqueadero	12.5m ²	37,5m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		300,75M2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

4.1.02 Capacidad óptima

“Es la que espera alcanzar una empresa según sus limitaciones operativas que dependen del número de servicios que ofrece la empresa, sus métodos de trabajo, sus recursos materiales y humanos, y el estándar de calidad que se desea alcanzar.” (Huertas García & Domínguez Galcerán, 2008, pág. 174)

TABLA 27: Capacidad óptima

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
12 Habitaciones	3*3m ²	108m ²
3 Baños para pacientes	1,50*3m ²	9m ²
1 Baño para personal	1,50*1,50m ²	2,25m ²
Cocina	3*5m ²	15 m ²
Comedor	4*5m ²	20m ²
Cuarto de lavado	4*2m ²	8m ²
Patio	5*5m ²	25m ²
Sala de estar	4*4m ²	16m ²
Sala de actividades recreativas	7*5m ²	35m ²
Estación de enfermería	4*3m ²	12m ²
Oficina de administración	3*3m ²	9m ²
Recepcionista	2*2m ²	4m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		263,25M2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

La capacidad óptima es aquella en la que se trata de optimizar de la mejor forma los espacios con los que cuenta la empresa y que pueden llegar a ser innecesarios en algún caso. De esta forma se puede brindar un mejor servicio y reducir gastos.

4.2 Localización

“Consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización las que determinan el lugar donde el proyecto logra máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios” (Erossa martin, 1987, pág. 78)

4.2.01 Macro localización

“Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluando la presencia de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto.” (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005, pág. 83)

CUADRO 14: Macro localización

MACROLOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Kennedy
Sector	Kennedy

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache



GRÁFICO 29: Macro localización

Fuente: Google maps

4.2.02 Micro localización

“Es la selección específica del punto o terreno dentro de la región que presenta las mejores ventajas.” (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005, pág. 83)



GRÁFICO 30: Micro localización
Fuente: Google maps

4.2.03 Localización óptima

“Para esta localización se estudian los detalles mediante un cálculo comparativo y las condiciones básicas para facilitar el desarrollo de las actividades.” (Erssa Martín, 2004, pág. 80)

TABLA 28: Localización óptima

FACTORES	PONDERACION	Kennedy		Jipijapa		El Inca	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Costo del arriendo	0.20	8	1.6	6	1.2	7	1.4
Vías de acceso	0.10	8	0.8	7	0.7	6	0.6
Transporte	0.20	9	1.8	8	1.6	8	1.6
Servicios Básicos	0.15	7	1.05	8	1.2	7	1.05
Seguridad	0.20	8	1.6	7	1.4	6	1.2
Competencia	0.15	8	1.2	6	0.9	7	1.05
Total	1	8.05		7		6.9	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis

De acuerdo a la tabla se puede ver que entre los tres sectores La Kennedy, Jipijapa y El Inca el mejor calificado es La Kennedy es decir que esta es la localización óptima para implementar el proyecto de acuerdo a los factores que se tomó en cuenta y que se indican en la tabla.

4.3 Ingeniería del producto

“Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado.” (Meza Orozco, 2013, pág. 26)

4.3.01 Definición del servicio

“Es una forma de expresar la idea que la organización tiene respecto a la manera como se propone resolver ciertos tipos de problemas de una manera determinada.” (Koenes, 1998, pág. 70)

Mi dulce hogar para adultos mayores, ofrece un servicio de residencia es decir que los adultos mayores permanecerán en este hogar para su cuidado y apoyo en las actividades que realice, adicional se brindará el servicio de recreación como complemento a su vida cotidiana en el hogar.

4.3.02 Distribución de la planta

TABLA 29: Distribución de planta

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
12 Habitaciones	3*3m ²	108m ²
3 Baños para pacientes	1,50*3m ²	9m ²
1 Baño para personal	1,50*1,50m ²	2,25m ²
Cocina	3*5m ²	15 m ²
Comedor	4*5m ²	20m ²
Cuarto de lavado	4*2m ²	8m ²
Patio	5*5m ²	25m ²
Sala de estar	4*4m ²	16m ²
Sala de actividades recreativas	7*5m ²	35m ²
Estación de enfermería	4*3m ²	12m ²
Oficina de administración	3*3m ²	9m ²
Recepcionista	2*2m ²	4m ²
3 Parquadero	12.5m ²	37,5m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		300,75M2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

CODIGO DE CERCANIA

4.3.2.01 Código de cercanía

CUADRO 15: Código de cercanía

CODIGO DE CERCANIA	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

4.3.2.02 Razones de cercanías

CUADRO 16: Razones de cercanía

RAZONES DE CERCANIAS	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

4.3.2.03 Matriz triangular

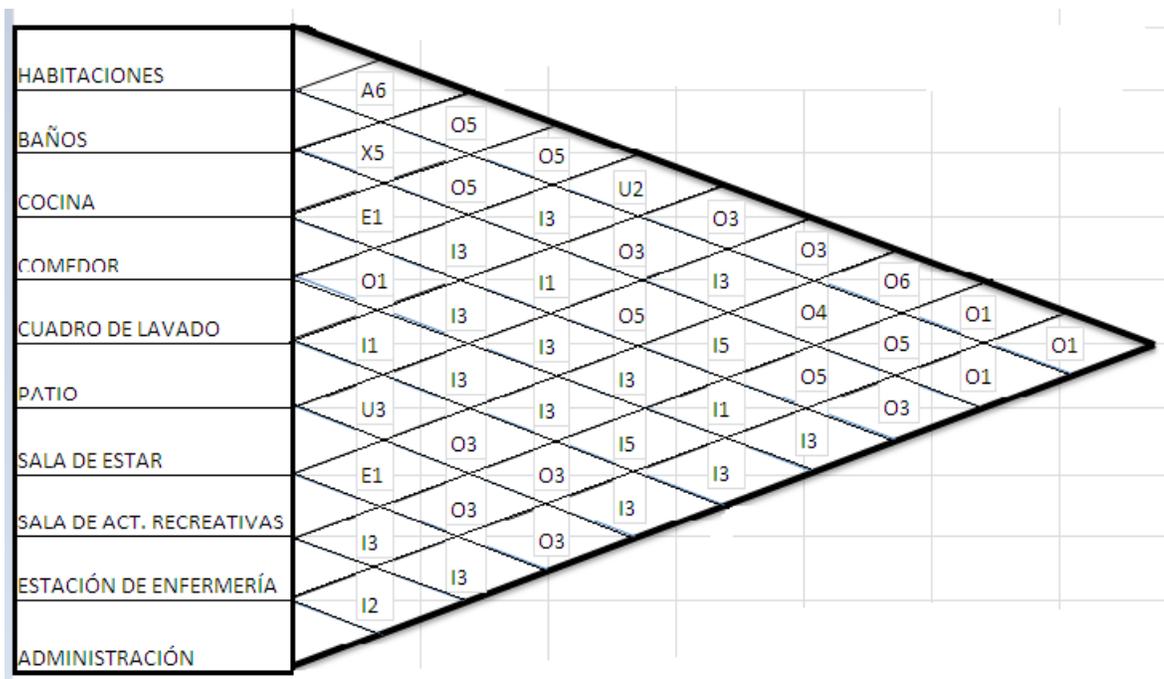


GRÁFICO 31: Matriz triangular

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



GRÁFICO 32: Distribución de la planta

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Fanny Masache

TABULACION DE LA MATRIZ TRIANGULAR

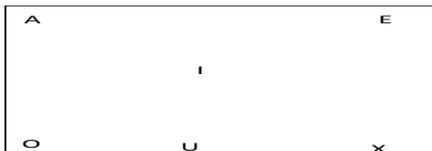


GRÁFICO 33: Tabulación de la matriz triangular

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Fanny Masache

Habitaciones: $3m2*3m2=9m2$

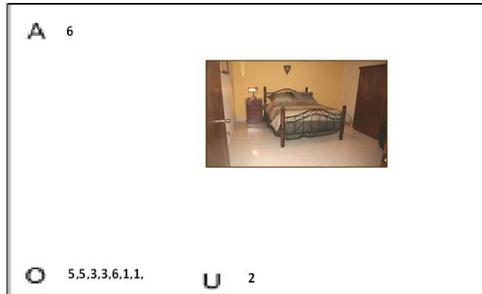


GRÁFICO 34: Habitaciones
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Las habitaciones son el espacio privado de cada adulto mayor, en este lugar duermen y las auxiliares de enfermería les ayudarán a cambiarse de ropa y a realizar otras actividades personales.

Baños: $1,50m2*3m2=4,5$



GRÁFICO 35: Baño
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Los baños son lugares indispensables ya que aquí los pacientes pueden realizar sus necesidades biológicas, y su aseo personal.

Cocina: $3m^2 * 5m^2 = 15m^2$

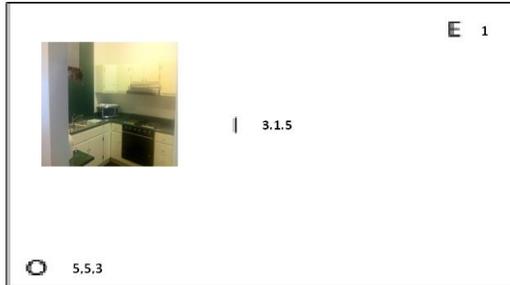


GRÁFICO 36: Cocina
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

En la cocina se preparan los alimentos tanto para los pacientes como para el personal que labora en la empresa.

Comedor: $4m^2 * 5m^2 = 20m^2$



GRÁFICO 37: Comedor
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

El comedor es el lugar en donde se sirven los alimentos los adultos mayores con la ayuda de un auxiliar de enfermería.

Cuarto de lavado: $4m^2 * 2m^2 = 8m^2$



GRÁFICO 38: Cuarto de lavado
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

El cuarto de lavado será usado para lavar la ropa los pacientes y otras prendas.

Patio: $4m^2 * 4m^2 = 16m^2$



GRÁFICO 39: Patio
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

El patio es un lugar para que los adultos mayores disfruten de la naturaleza y que genere un poco de paz, además en este lugar se puede participar de las misas que hay periódicamente.

Sala de estar: $7m^2*5m^2=35m^2$



GRÁFICO 40: Sala de estar
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

La sala de estar es un lugar de descanso, y para compartir actividades que realizan entre ellos.

Sala de actividades recreativas: $4m^2*3m^2=12m^2$



GRÁFICO 41: Sala de actividades recreativas
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

En esta sala se realizarán actividades de recreación para el adulto mayor que le ayude a distraerse y disfrutar.

Enfermería: $3m2*3m2=$

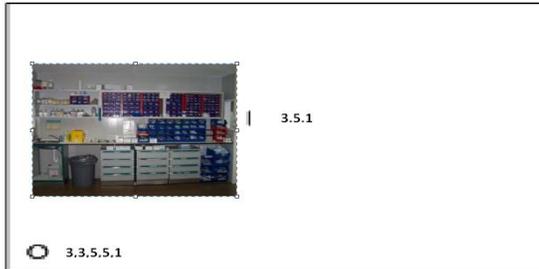


GRÁFICO 42: Enfermería
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

En este lugar se almacena los instrumentos médicos y es un lugar para que el servicio de enfermería organice la medicación cotidiana de los pacientes.

Administración: $2*2m2=4m2$

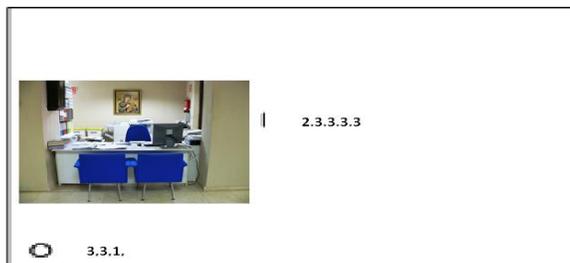


GRÁFICO 43: Administración
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

La administración es el lugar donde estará el administrador de la empresa realizando las actividades propias del cargo.

4.3.03 Proceso productivo

“Está relacionada con un conjunto de operaciones y actividades que se ejecutan para crear valor. Este conjunto de actividades busca satisfacer las necesidades de los clientes mediante la transformación de unos insumos o materias primas en un producto servicio.” (Fúquene Retamoso, 2007, pág. 37)

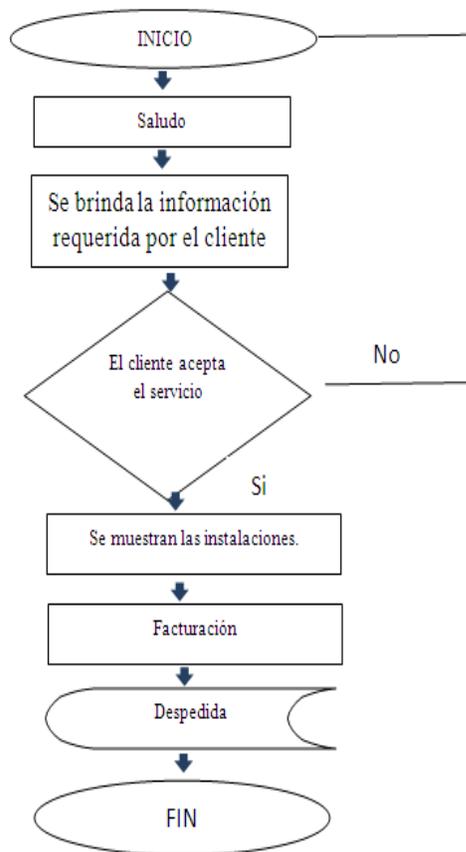


GRÁFICO 44: Flujograma de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

DESCRIPCION DEL PROCESO DEL FLUJOGRAMA

CUADRO 17: Descripción del proceso del flujo grama

AREA	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO
Saludo	La persona encargada del área administrativa da la bienvenida al cliente.	3 minutos
Se brinda información requerida por el cliente	Se explica sobre el servicio que ofrece la empresa, costos y beneficios.	5 minutos
El cliente acepta el servicio	La persona que desea el servicio luego de las explicaciones recibidas acepta el servicio mediante un contrato.	2 minutos
Se muestra las instalaciones	La persona que realiza el contrato, recorre las instalaciones con la persona que contrato el servicio.	5 minutos
Facturación	El cliente paga por el servicio contratado.	5 minutos
Despedida	El administrador despide al cliente y acompaña a la salida.	3 minutos

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

4.3.04 Maquinaria y equipo

“Se requiere hacer una descripción acerca del tipo de maquinaria y equipos con los que se cuenta, para ver donde se encuentran los cuellos de botella y como se espera que con el proyecto se rompan.” (Palacio Salazar, 2010, pág. 58)

TABLA 30: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Detalle	Cant.	Valor Unit.	Valor Tot.
Escritorio	1	\$ 220.00	\$ 220.00
Silla giratoria	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Armario para archivar	1	\$ 140.00	\$ 140.00
Juego de muebles	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Sillas plásticas	12	\$ 6.00	\$ 72.00
Mesas plásticas	2	\$ 27.00	\$ 54.00
Mesa de madera	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Sillas	12	\$ 16.00	\$ 192.00
Cocina	1	\$ 575.00	\$ 575.00
Gas doméstico	2	\$ 60.00	\$ 120.00
Microondas	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Refrigeradora	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Lavadora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Secadora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Cestos	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Valdes	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Camas	12	\$ 125.00	\$ 1,500.00
Velador	12	\$ 75.00	\$ 900.00
Televisor	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Vitrina	1	\$ 85.00	\$ 85.00
Dispensador de papel higiénico	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Dispensador de jabón	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Dispensador de alcohol ant.	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Tensiómetro	2	\$ 75.00	\$ 150.00
Fonendoscopio	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Saturador	2	\$ 65.00	\$ 130.00
Tanque de O2 portátil	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Equipo de Curación	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Equipo de puntos	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Equipo de Sutura	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Termómetro	2	\$ 1.00	\$ 2.00
Cinta métrica	2	\$ 0.50	\$ 1.00
Tijera	2	\$ 0.50	\$ 1.00
Set de cámaras de vigilancia	1	\$808.00	\$ 808.00
TOTAL			\$ 9,495.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

TABLA 31: Equipo de computación

Detalle	Cant.	Valor Unit.	Valor Tot.
Computadora portátil	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00
Impresora	1	\$150.00	\$150.00
TOTAL			\$ 1,150.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

TABLA 32: Equipo de oficina

Detalle	Cant.	Valor Unit.	Valor Tot.
Teléfono inalámbrico	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Grapadora	3	\$ 3.00	\$ 9.00
Perforadora	3	\$ 4.00	\$ 12.00
TOTAL			\$ 71.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

TABLA 33: Menaje de cocina

Detalle	Cant.	Valor Unit.	Valor Tot.
Cubiertos	50	\$ 1.00	\$ 50.00
Ollas	10	\$ 18.00	\$ 180.00
Platos	50	\$ 1.20	\$ 60.00
Tasas	50	\$ 0.90	\$ 45.00
Vasos	50	\$ 1.20	\$ 60.00
Jarras	15	\$ 1.50	\$ 22.50
Recipientes para comida	10	\$ 1.50	\$ 15.00
Otros utensilios de cocina	10	\$ 1.00	\$ 10.00
TOTAL			\$ 442.50

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

La maquinaria y equipo del proyecto está constituida por muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina, equipo médico y menaje de cocina.

Estos son muy importantes ya que sin estos no se puede iniciar las actividades de la empresa, ya que estos son indispensables para que los trabajadores puedan cumplir sus obligaciones y de esta forma brindar un servicio de calidad y calidez.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

“En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, proyección de los ingresos y gastos y de las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y su operación.” (ILPES, 2006, pág. 128)

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del socio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa.” (Guzmán Vasquez, Guzmán Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005, pág. 111)

“Los ingresos no operacionales están relacionados con el objeto social del negocio, provienen de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma.” (Guzmán Vasquez, Guzmán Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005, pág. 112)

5.1.2 Mano de Obra Directa

"Constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo sea por acción manual o por operación de una máquina o equipo." (Gonzalo Sinisterra & Polanco I., 2007, pág. 85)

TABLA 34: Rol operativo

ROL OPERATIVO							
Descripción	SUELDO MENSUAL	APOORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Aux. de enfermería 1	\$ 360.00	\$ 40.14	\$ 30.00	\$ 32.17	\$ 30.00	\$ 492.31	\$ 5,907.68
Aux. de enfermería2	\$ 360.00	\$ 40.14	\$ 30.00	\$ 32.17	\$ 30.00	\$ 492.31	\$ 5,907.68
Aux. de enfermería3	\$ 350.00	\$ 39.03	\$ 29.17	\$ 32.17	\$ 29.17	\$ 479.53	\$ 5,754.30
Cocinera	\$ 350.00	\$ 39.03	\$ 29.17	\$ 32.17	\$ 29.17	\$ 479.53	\$ 5,754.30
Aux. de cocina	\$ 180.00	\$ 20.07	\$ 15.00	\$ 32.17	\$ 15.00	\$ 262.24	\$ 3,146.84
TOTAL SUELDO	\$ 1,600.00	\$ 178.40	\$ 133.33	\$ 160.83	\$ 133.33	\$ 2,205.90	\$ 26,470.80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.2 Costos

"Es el valor en efectivo o equivalente de un recurso necesario para manufacturar un bien o brindar un servicio." (Jiménez Boulanger & Espinoza Gutiérrez, 2007, pág. 110)

5.2.1 Costos Directos

“Son aquellos que son fácil y físicamente identificables con la unidad del producto.”

(Sinisterra V & Polanco I., 2007, pág. 91)

TABLA 35: Costos directos

COSTOS DIRECTOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Seguro privado(Salud)	\$200.00	\$2,400.00
Alimentación	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00
Sueldos operativo	\$ 2,205.90	\$ 26,470.80
TOTAL	\$3,905.90	\$46,870.80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.2.2 Costos Indirectos

“Son aquellos que se deben primero acumular para luego asignarlos a la unidad pertinente.” (Sinisterra V & Polanco I., 2007, pág. 91)

TABLA 36: Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios Básicos	\$ 133.00	\$ 1,596.00
Suministros de limpieza	\$ 53.55	\$ 642.60
Suministros de oficina	\$ 27.45	\$ 329.40
Otros gastos administrativos	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00
Sueldos administrativos	\$ 1,107.32	\$ 13,287.81
TOTAL	\$ 2,421.32	\$ 29,055.81

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.2.3 Gastos Administrativos

“Comprende los gastos relacionados con todas las demás actividades del negocio más complejo además de las actividades de fábrica y de venta.” (Brock & Palmer, 1987, pág. 337)

TABLA 37: Rol administrativo

Descripción	SUELDO MENSUAL	ROL ADMINISTRATIVO			FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
		APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO			
Propietario	450.00	50.18	37.50	32.17	37.50	607.34	7,288.10
Secretaria	366.00	40.81	30.50	32.17	30.50	499.98	5,999.71
TOTAL SUELDO	816.00	90.98	68.00	64.33	68.00	1,107.32	13,287.81

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

TABLA 38: Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	\$ 1,107.32	\$ 13,287.81
TOTAL	\$ 1,107.32	\$ 13,287.81

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

TABLA 39: Otros gastos administrativos

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Total Mensual	Total Anual
Contador externo	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Arriendo	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
TOTAL	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis.

En los gastos administrativos se toma en cuenta los gastos que no están relacionados directamente con la prestación del servicio, entre los cuales están sueldos del personal administrativo, contador externo y el arriendo. Estos gastos no se puede dejar de pagar ya que a pesar de no estar directamente relacionados son muy importantes para el funcionamiento de la empresa.

5.2.4 Costos de Venta

“Es aquel que corresponde a las ventas de los productos que comercializa y/o fabrica una empresa.” (Molina Aznar , 2005, pág. 46)

TABLA 40: Costos de ventas

COSTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sobres	50	\$ 0.85	\$ 42.50	\$ 85.00
Tarjetas de presentación	250	\$ 0.25	\$ 62.50	\$ 750.00
Carpetas personalizadas	50	\$ 0.80	\$ 40.00	\$ 40.00
Hojas membretadas	100	\$ 0.75	\$ 75.00	\$ 375.00
TOTAL		\$ 2.65	\$ 220.00	\$ 1,250.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Análisis

Es indispensable realizar publicidad para que el servicio se dé a conocer y de esta forma poder llegar a la mayor parte de consumidores.

5.2.5 Costos Financieros

Se realizará un crédito para implementar el proyecto, este crédito genera un interés mensual que se detalla en la siguiente tabla.

TABLA 41: Costos financieros

COSTOS FINANCIEROS	
Tipo de Crédito	Microcrédito
Destino	Comercial y servicios
Forma de Pago	Mensual
Monto	15000
Tasa anual:	16.05%
Plazo	3 años

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.2.6 Costos Fijos y Variables

“Los costos fijos son aquellos que no resultan afectados por cambios en el nivel de la actividad en un intervalo factible de operaciones en cuanto a la capacidad total o la capacidad disponible.” (Jiménez Boulanger & Espinoza Gutiérrez, 2007, pág. 432)

“Los costos variables están asociados con una operación cuyo total varía de acuerdo con la cantidad de producción u otra medida del nivel de actividad.” (Jiménez Boulanger & Espinoza Gutiérrez, 2007, pág. 432)

5.3 Inversiones

“Invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas, es decir, de unas esperanzas de beneficios futuros.” (Companys Pascual & Corominas Subías, 1998, pág. 31)

5.3.1 Inversión Fija

5.3.1.1 Activos Fijos

“Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio.” (Guzmán Vasquez, Guzmán Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005, pág. 68)

TABLA 42: Inversión fija

INVERSIÓN FIJA	
Muebles y Enceres	\$ 9,495.00
Equipos de Computación	\$ 1,150.00
Equipos de Oficina	\$ 71.00
Menaje de cocina	\$ 442.50
Total Activos Fijos	\$ 11,158.50

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Análisis

La maquinaria y los equipos son activos fijos, ya que estos permanecerán en la empresa para llevar a cabo las actividades relacionadas con el servicio que se desea brindar.

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)

“Son los que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y operación de la empresa.” (Berghe Romero, 2010, pág. 74)

TABLA 43: Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	1800	\$	21,600.00
TOTAL	1800	\$	21,600.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

5.3.2 Capital de Trabajo

“Las inversiones que reflejan incrementos en las ventas, ocasionan necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar. Para compensar esto se da un aumento parcial en las fuentes espontaneas de financiamiento. La parte que no es compensada se denomina capital de trabajo.” (Fernández, 2007, pág. 117)

TABLA 44: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Costos directos	\$3,905.90	\$3,905.90	\$3,905.90	\$11,717.70
Costos Indirectos	\$1,100.00	\$1,100.00	\$1,100.00	\$3,300.00
Arriendo	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$4,500.00
Gastos Administrativos	\$2,207.32	\$2,207.32	\$2,207.32	\$6,621.95
Gastos de Ventas	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$660.00
TOTAL	\$8,933.22	\$8,933.22	\$8,933.22	\$26,799.65

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y usos de Fondos

“Aclara el origen, la cronología y las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto.” (ILPES, 2006, pág. 134)

El crédito para el financiamiento del proyecto será otorgado por el Banco de fomento.

TABLA 45: Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Concepto	Usos de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financieros
Activos Fijos			
Muebles y Enceres	\$ 9,495.00	\$ 1,495.00	\$ 8,000.00
Equipos de Computación	\$ 1,150.00	\$ 150.00	\$ 1,000.00
Equipos de Oficina	\$ 71.00	\$ 71.00	
Menaje de cocina	\$ 442.50	\$ 442.50	
Total Activos Fijos	\$ 11,158.50	\$ 2,158.50	\$ 9,000.00
Activos Diferidos			
Gastos de Constitución	\$ 1,800.00	\$ 1,300.00	\$ 500.00
Total Activos Diferidos	\$ 1,800.00	\$ 1,300.00	\$ 500.00
Capital de Trabajo			
Costos directos	\$ 3,905.90	\$ 3,696.35	\$ 2,000.00
Costos Indirectos	\$ 1,100.00	\$ 159.63	\$ 1,000.00
Arriendo	\$ 1,500.00		\$ 1,500.00
Gastos Administrativos	\$ 2,207.32	\$ 1,227.32	\$ 1,000.00
Gastos de Ventas	\$ 220.00	\$ 440.00	
Total Capital de Trabajo	\$ 8,933.22	\$ 5,523.30	\$ 5,500.00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$21,891.72	\$8,981.80	\$15,000.00
Participación	100%	42%	58%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

5.3.4 Amortización de Financiamiento

“La amortización es, en su momento, un gasto no pagable, y precisamente por esta característica, se constituye gradualmente como un fondo de ahorro necesario o ineludible que es también que es también un recurso financiero.” (Massons i Rabassa, 2002, pág. 100)

TABLA 46: Amortización

AMORTIZACIÓN					
Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgrav.	Valor a Pagar
1	\$ 15,000.00	\$ 337.36	\$ 175.72	3.95	\$ 517.03
2	\$ 14,662.64	\$ 341.31	\$ 171.77	3.86	\$ 516.94
3	\$ 14,321.32	\$ 345.31	\$ 167.77	3.77	\$ 516.85
4	\$ 13,976.01	\$ 349.36	\$ 163.73	3.68	\$ 516.76
5	\$ 13,626.65	\$ 353.45	\$ 159.64	3.58	\$ 516.67
6	\$ 13,273.20	\$ 357.59	\$ 155.49	3.49	\$ 516.58
7	\$ 12,915.61	\$ 361.78	\$ 151.31	3.4	\$ 516.48
8	\$ 12,553.83	\$ 366.02	\$ 147.07	3.3	\$ 516.39
9	\$ 12,187.81	\$ 370.31	\$ 142.78	3.21	\$ 516.29
10	\$ 11,817.50	\$ 374.65	\$ 138.44	3.11	\$ 516.19
11	\$ 11,442.85	\$ 379.03	\$ 134.05	3.01	\$ 516.10
12	\$ 11,063.82	\$ 383.47	\$ 129.61	2.91	\$ 516.00
13	\$ 10,680.35	\$ 387.97	\$ 125.12	2.81	\$ 515.90
14	\$ 10,292.38	\$ 392.51	\$ 120.57	2.71	\$ 515.79
15	\$ 9,899.87	\$ 397.11	\$ 115.98	2.6	\$ 515.69
16	\$ 9,502.76	\$ 401.76	\$ 111.32	2.5	\$ 515.59
17	\$ 9,100.99	\$ 406.47	\$ 106.62	2.39	\$ 515.48
18	\$ 8,694.52	\$ 411.23	\$ 101.86	2.29	\$ 515.37
19	\$ 8,283.29	\$ 416.05	\$ 97.04	2.18	\$ 515.27
20	\$ 7,867.25	\$ 420.92	\$ 92.16	2.07	\$ 515.16
21	\$ 7,446.32	\$ 425.85	\$ 87.23	1.96	\$ 515.05
22	\$ 7,020.47	\$ 430.84	\$ 82.24	1.85	\$ 514.93
23	\$ 6,589.63	\$ 435.89	\$ 77.20	1.73	\$ 514.82
24	\$ 6,153.74	\$ 441.00	\$ 72.09	1.62	\$ 514.71
25	\$ 5,712.74	\$ 446.16	\$ 66.92	1.5	\$ 514.59
26	\$ 5,266.58	\$ 451.39	\$ 61.70	1.39	\$ 514.47
27	\$ 4,815.19	\$ 456.68	\$ 56.41	1.27	\$ 514.35
28	\$ 4,358.52	\$ 462.03	\$ 51.06	1.15	\$ 514.23
29	\$ 3,896.49	\$ 467.44	\$ 45.65	1.02	\$ 514.11
30	\$ 3,429.05	\$ 472.92	\$ 40.17	0.9	\$ 513.99
31	\$ 2,956.13	\$ 478.46	\$ 34.63	0.78	\$ 513.86
32	\$ 2,477.68	\$ 484.06	\$ 29.03	0.65	\$ 513.74
33	\$ 1,993.62	\$ 489.73	\$ 23.36	0.52	\$ 513.61
34	\$ 1,503.89	\$ 495.47	\$ 17.62	0.4	\$ 513.48
35	\$ 1,008.42	\$ 501.27	\$ 11.81	0.27	\$ 513.35
36	\$ 507.15	\$ 507.15	\$ 5.94	0.13	\$ 513.22

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.3.5 Depreciaciones

“Es una disminución en el valor de la propiedad debido al uso, al deterioro y a la caída en desuso.” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, pág. 87)

TABLA 47: Depreciaciones

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS							
DESCRIPCIÓN	Valor de Compra	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 9,495.00	10	\$ 949.50	\$ 949.50	\$ 949.50	\$ 949.50	\$ 949.50
Equipo de computación	\$ 1,150.00	3	\$ 383.33	\$ 383.33	\$ 383.33		
Equipo de oficina	\$ 71.00	10	\$ 7.10	\$ 7.10	\$ 7.10	\$ 7.10	\$ 7.10
Menaje de Cocina	\$ 442.50	10	\$ 44.25	\$ 44.25	\$ 44.25	\$ 44.25	\$ 44.25
TOTAL	\$ 11,158.50		\$ 1,384.18	\$ 1,384.18	\$ 1,384.18	\$ 1,000.85	\$ 1,000.85

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.3.6 Estado de Situación Inicial

“Muestra la situación financiera de la empresa. Incluye todos los movimientos susceptibles de ser registrados contablemente, desde la fecha de constitución de la empresa hasta la fecha de su formulación.” (Tanaka Nakasome, 2001, pág. 113)

TABLA 48: Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
Empresa "Mi dulce hogar para adultos mayores"		
Activo		
Activo Corriente		\$16,681.80
Bancos	\$5,523.30	
Total Activo Corriente	\$5,523.30	
Activo Fijo		
Muebles y Enceres	\$9,495.00	
Equipos de Computación	\$1,150.00	
Equipos de Oficina	\$71.00	
Menaje de cocina	\$442.50	
Total Activo Fijo	\$11,158.50	
Activo Diferido		
Gasto de Constitución	1800	\$1,800.00
Total Activos Diferidos	\$1,800.00	
TOTAL ACTIVO		\$18,481.80
Pasivo		
Pasivo Corriente		
Cuentas por Pagar		
Total Pasivo Corriente		
Pasivos No Corrientes		
Préstamo Bancario	\$5,523.30	\$5,523.30
Total Pasivo No Corriente	\$5,523.30	
TOTAL PASIVO		\$5,523.30
Patrimonio		
Capital	\$12,958.50	\$12,958.50
Total Pasivo + Patrimonio		\$18,481.80
GERENTE		CONTADOR

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

5.3.7 Estado de Resultados Projectado (a cinco años)

“Muestra la rentabilidad de la empresa a una fecha específica, para saber si un negocio es rentable o no.” (Nuñez Mendoza, 2008, pág. 80)

TABLA 49: Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
Empresa "Mi dulce hogar para adultos mayores"						
Descripción	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	
VENTAS/servicio	\$104,630.40	\$108,606.36	\$112,733.40	\$117,017.27	\$121,463.92	
(-) Costo del servicio	\$62,398.20	\$64,769.33	\$67,230.57	\$69,785.33	\$72,437.17	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$42,232.20	\$43,837.02	\$45,502.83	\$47,231.94	\$49,026.75	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	\$26,487.81	\$27,494.34	\$28,539.13	\$29,623.62	\$30,749.31	
Gastos de Ventas	\$1,250.00	\$1,297.50	\$1,346.81	\$1,397.98	\$1,451.11	
(-) Depreciaciones	\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,000.85	\$1,000.85	
Gastos Financieros	\$1,837.38	\$1,189.43	\$444.30			
(=) Utilidad Operacionales	\$11,272.83	\$12,471.57	\$13,788.41	\$15,209.49	\$15,825.48	
(+) Otros Ingresos						
(-) Otros Egresos						
(=) Utilidad A.P.E.I.	\$11,272.83	\$12,471.57	\$13,788.41	\$15,209.49	\$15,825.48	
(-) 15% de Participación Trabajadores	\$1,690.92	\$1,870.73	\$2,068.26	\$2,281.42	\$2,373.82	
(=) Utilidad Antes de I.R.	\$9,581.90	\$10,600.83	\$11,720.15	\$12,928.06	\$13,451.66	
(-) 22% Impuestos a la Renta	\$2,108.02	\$2,332.18	\$2,578.43	\$2,844.17	\$2,959.36	
(=) Utilidad antes	\$7,473.89	\$8,268.65	\$9,141.72	\$10,083.89	\$10,492.29	
(=) Utilidad Neta del Ejercicio	\$7,473.89	\$8,268.65	\$9,141.72	\$10,083.89	\$10,492.29	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.3.8 Flujo de Caja

“Permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio.” (Varela, 2001, pág. 200)

TABLA 50: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA						
Descripción		Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
VENTAS/servicio		\$104,630.40	\$108,606.36	\$112,733.40	\$117,017.27	\$121,463.92
(-) Costo del servicio		\$62,398.20	\$64,769.33	\$67,230.57	\$69,785.33	\$72,437.17
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$42,232.20	\$43,837.02	\$45,502.83	\$47,231.94	\$49,026.75
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos		\$26,487.81	\$27,494.34	\$28,539.13	\$29,623.62	\$30,749.31
Gastos de Ventas		\$1,250.00	\$1,297.50	\$1,346.81	\$1,397.98	\$1,451.11
(-) Depreciaciones		\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,000.85	\$1,000.85
Gastos Financieros		\$1,837.38	\$1,189.43	\$444.30		
(=) Utilidad Operacionales		\$11,272.83	\$12,471.57	\$13,788.41	\$15,209.49	\$15,825.48
(+) Otros Ingresos						
(-) Otros Egresos						
(=) Utilidad A.P.E.I.		\$11,272.83	\$12,471.57	\$13,788.41	\$15,209.49	\$15,825.48
(-) 15% de Participación Trabajadores		\$1,690.92	\$1,870.73	\$2,068.26	\$2,281.42	\$2,373.82
(=) Utilidad Antes de I.R.		\$9,581.90	\$10,600.83	\$11,720.15	\$12,928.06	\$13,451.66
(-) 22% Impuestos a la Renta		\$2,108.02	\$2,332.18	\$2,578.43	\$2,844.17	\$2,959.36
(=) Utilidad Neta del Ejercicio		\$7,473.89	\$8,268.65	\$9,141.72	\$10,083.89	\$10,492.29
(+) Depreciaciones		\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,384.18	\$1,000.85	\$1,000.85
(+) Amortizaciones Deuda		\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00
(-) Inversión Inicial	\$21,891.72					
(+) Préstamo	\$15,000.00					
(=) Flujo de Caja Periodo	\$6,891.72	\$9,218.07	\$10,012.83	\$10,885.90	\$11,444.74	\$11,853.14

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de Descuento

"Se determina considerando el costo del dinero para el que decide, esto es, lo que paga por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene. Sirve para evaluar la bondad de una inversión." (Velez Pareja, 2003, pág. 57)

TABLA 51: Cálculo de la TMAR

	CÁLCULO DEL TMAR	%
(+)	Tasa Activa	11.8
(+)	Tasa Pasiva	5.14
(=)	TMAR	17

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

La tasa de descuento (TMAR) se lo realiza tomando en cuenta la tasa activa que es de 11,8% y la tasa pasiva que es 5,14% que sumando las dos nos da una tasa de descuento de 17%.

5.4.2 VAN

"Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo."

(Arbones, 1989, pág. 81)

VAN=	- P	+	<u>FNE 1</u>	+	<u>FNE 2</u>	+	<u>FNE 3</u>	+	<u>FNE 4</u>	+	<u>FNE 5</u>
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN=	-\$				\$		\$		\$		\$
	21,891.72	+	<u>\$ 9,218.07</u>	+	<u>10,012.83</u>	+	<u>10,885.90</u>	+	<u>11,444.74</u>	+	<u>11,853.14</u>
			1.17		1.37		1.60		1.87		2.19
VAN=	-\$										
	21,891.72	+	\$7,880.71	+	\$7,318.26	+	\$6,802.07	+	\$6,113.75	+	\$5,413.29
VAN=	-\$										
	21,891.72	+	\$33,528.08								
VAN=	\$11,636.36										

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Se puede observar que el VAN es positivo, esto quiere decir que además de recuperar el dinero que se invirtió también se obtendrá ganancia, por lo tanto el proyecto es rentable y se puede implementar.

5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero.” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, pág. 82)

TABLA 52: Cálculo de la TIR

CÁLCULO DEL TIR	
Inversión	-\$ 21,891.72
	\$ 9,218.07
	\$ 10,012.83
Flujos de Caja	\$ 10,885.90
	\$ 11,444.74
	\$ 11,853.14
TIR	37.27%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

VAN=	- P	+	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$	
	-\$				\$		\$		\$		\$	
VAN=	21,891.72	+	\$ 9,218.07	+	10,012.83	+	10,885.90	+	11,444.74	+	11,853.14	
			\$1.37		\$1.88		\$2.59		\$3.55		\$4.87	
VAN=	-\$	21,891.72	+	\$6,715.13	+	\$5,313.57	+	\$4,208.31	+	\$3,223.03	+	\$2,431.68
	-\$	21,891.72	+	\$21,891.72								
VAN=	\$0.00											
TIR=	37.27%											

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Como resultado de la TIR se tiene el 37.27%, este porcentaje es mayor que la TMAR lo que significa que el proyecto es bueno y los inversionistas pueden invertir, así mismo debe ir creando nuevas estrategias para posesionarse en el mercado y ofrecer un servicio de calidad.

5.4.4 PIR (Periodo de Recuperación de la Inversión)

“Está sustentado en una política acentuada de liquidez. Ante problemas de liquidez, cambio tecnológico, acortamiento de ciclos de vida, aumentos de riesgo y fortalecimiento de la competencia, la empresa tratará de recuperar su inversión en el menor plazo.” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, pág. 89)

TABLA 53: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	F. N. E.	F.C Actuales	Factor de Actu.	F.Actualizados	F. Acumulados
0	-\$ 21,891.72	-\$ 21,891.72	1	-\$21,891.72	-\$21,891.72
2017	\$ 9,218.07	-\$ 12,673.65	0.86	\$ 7,934.98	-13956.7352
2018	\$ 10,012.83	-\$ 2,660.82	0.74	\$ 7,419.40	-6537.3329
2019	\$ 10,885.90	\$ 8,225.08	0.64	\$ 6,943.56	406.230436
2020	\$ 11,444.74	\$ 19,669.82	0.55	\$ 6,283.91	6690.140884
2021	\$ 11,853.14	\$ 31,522.97	0.47	\$ 5,602.26	12292.40526

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

En este proyecto la recuperación de la inversión empieza a partir de los tres años, es decir, que en este tiempo se va a empezar a recuperar lo que se invirtió.

5.4.5 RBC (Relación costo beneficio)

“Es complemento del VAN, este es el resultado de dividir los flujos de efectivo descontados el año cero entre los flujos negativos descontados el año cero, siendo estos últimos por lo general la inversión inicial.” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, pág. 83)

RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	
Relación C/B=	$\frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$
Relación C/B=	$\frac{\$ 564,451.34}{\$336,620.60}$
Relación C/B=	1.68

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

La relación costo beneficio es de 1.68, es decir, que después de haber cumplido con sus obligaciones como empres, por cada dólar que se invierta tendrá una ganancia de 1.68.

5.4.6 Punto de Equilibrio

"Es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos, es decir, la utilidad es cero. Indica cuanta producción deben vender para evitar una pérdida." (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 67)

PUNTO DE EQUILIBRIO		
P. DE EQ.=	$\frac{CF}{P-CVU}$	
P.DE EQ.=	$\frac{28894.84}{700.00-441.65}$	
P.DE EQ.=	$\frac{28894.84467}{258.35}$	
P. DE EQ.=	112	Unidades anuales
PUNTO DE EQ.=	\$78,290.66	Ventas anuales

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

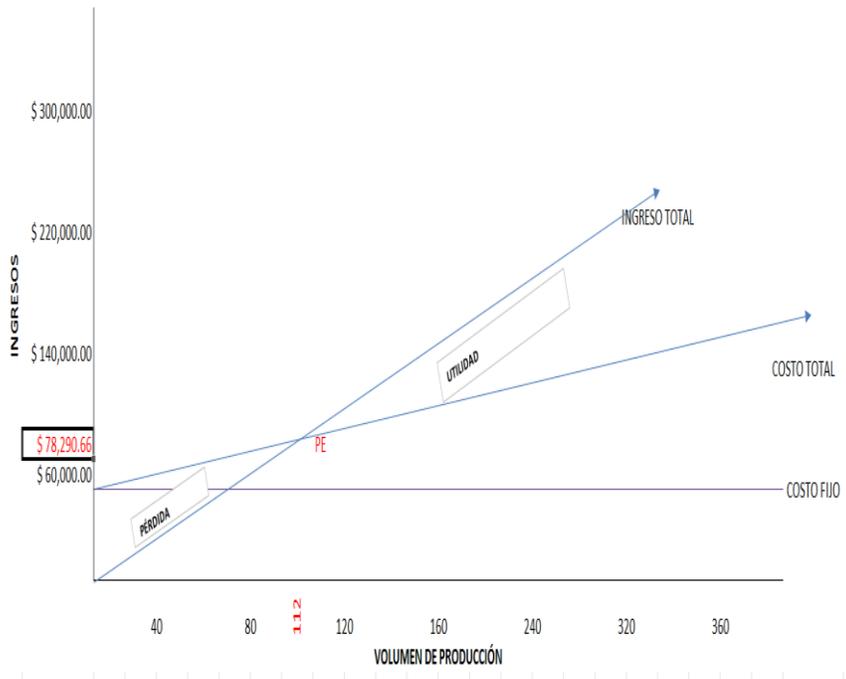


GRÁFICO 45: Punto de equilibrio

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Fanny Masache

En el punto de equilibrio se puede ver que para no obtener pérdida ni ganancia se debe vender 112 unidades lo que significa \$78,290.66.

5.4.7 Análisis de Índices Financieros

5.4.7.01 ROE

“La rentabilidad sobre capital es uno de los más importantes indicadores para tomar decisiones y evaluar la rentabilidad de un negocio.” (Briseño Ramírez, 2006, pág. 13)

RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	
ROE =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$
ROE =	$\frac{\$7,473.89}{\$12,958.50}$
ROE =	0.58

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Rentabilidad sobre el patrimonio es positiva, es decir, que aporta el 0.58 hacia el patrimonio para así cumplir con sus obligaciones y para que la empresa sea rentable.

5.4.7.02 ROA

“La rentabilidad sobre activos es un indicador que me ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad.” (Briseño Ramírez, 2006, pág. 12)

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	
ROA =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS}}$
ROA =	$\frac{\$7,473.89}{\$18,481.80}$
ROA =	0.40

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

Rentabilidad sobre el Activo, es decir, que la utilidad neta sobre los activos es del 40% del ingreso total para cubrir los gastos de la empresa.

5.4.7.03 ROI

“Se puede utilizar para medir el rendimiento de la inversión en una empresa, un proyecto o un departamento.” (Ahmad H, 2015, pág. 131)

RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN	
ROI =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSION}}$
ROI =	$\frac{\$7,473.89}{\$21,891.72}$
ROI =	0.34

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Rentabilidad sobre la Inversión, permite calcular si la inversión que realizamos va a tener éxito. En este caso si porque tenemos como resultado el 34%.

5.4.7.04 Índice de Liquidez

“Mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.” (Barajas, 2008, pág. 86)

INDICE DE LIQUIDEZ	
INDICE DE LIQUIDEZ =	$\frac{\text{INGRESOS}}{\text{COSTO DE VENTA}}$
INDICE DE LIQUIDEZ =	$\frac{\$15,000.00}{\$6,891.72}$
INDICE DE LIQUIDEZ =	\$2.18

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fanny Masache

Este índice nos indica que por cada dólar que la empresa tiene de deuda en el corto plazo, va a disponer de \$2.18 para pagarlo. esto quiere decir, que la empresa va a poder solventar sus deudas.

5.4.7.05 Índice de Endeudamiento

Indica la capacidad para acceder a nuevos créditos y para cumplir con sus obligaciones a corto y largo plazo.” (Barajas, 2008, pág. 86)

INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
I. DE ENDEUDAMIENTO =	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}}$
I. DE ENDEUDAMIENTO =	$\frac{\$5,523.30}{\$12,958.50}$
I. DE ENDEUDAMIENTO =	\$0.43

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fanny Masache

El índice de endeudamiento indica que el 43% del total de la inversión ha sido financiada con recursos de terceros, en este caso se debe al préstamo que se va a realizar.

CAPITULO VI

6. IMPACTO DEL PROYECTO

6.1 Impacto ambiental

El proyecto tiene un impacto ambiental mínimo, debido a las actividades a las que se dedicará la empresa.

El correcto manejo de desechos es una forma de contribuir a conservar el medio ambiente ya que con la adecuada clasificación de estos desechos se puede evitar la destrucción del ecosistema en el que se habita, además dentro de esta también está el reciclaje que tiene como objetivo reducir la contaminación.

Para lograr una buena clasificación de los desechos y el reciclaje, se realizarán capacitaciones a los adultos mayores y los trabajadores que conforman la empresa con el fin de concientizar sobre la importancia de este tema.

6.2 Impacto económico

Al realizarse este proyecto de implementación, se crean fuentes de empleo, esto contribuye al país ya que disminuye el índice de desempleo.

Así mismo aporta al desarrollo del país ya que al invertir en este proyecto el dinero se queda aquí y no sale a otro país generando nuevas oportunidades.

Estos emprendimientos demuestran que en el país hay personas capaces de llevar a cabo un negocio a pesar de la dura crisis económica por la que se atraviesa y de esta manera el dinero quede aquí en el país.

6.3 Impacto productivo

De acuerdo al Plan Nacional del Buen vivir el cambio de la matriz productiva no solo se refiere a los procesos técnicos y económicos sino que también de interacciones sociales, es decir que no solamente la creación de un producto contribuye al cambio de la matriz sino que también se pueden mejorar los servicios que ya existen.

Es por esta razón que el proyecto que se implementará incluye al adulto mayor en la sociedad. Además cuenta con profesionales que se desarrollaran poniendo en práctica sus capacidades y conocimientos.

6.4 Impacto social

El impacto social que se refleja mediante la implementación de este proyecto se relaciona con la interacción de las familias con el adulto mayor y la inclusión del mismo en la sociedad.

Además al crear nuevas fuentes de empleo se beneficia no solo al trabajador sino también a las familias que dependen de este, generando mejores oportunidades de vida.

CAPITULO VII

7.1 Conclusiones

De acuerdo al análisis situacional que se hizo se ha podido definir aquellas variables que afectan o benefician al proyecto para lo cual se realizó una matriz FODA. Esta matriz permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de acuerdo al proyecto para saber en qué se puede mejorar, ya que existen factores internos que se puede controlar y los externos que no se pueden controlar como la inflación, tasa de interés y otros que en cambio no se puede intervenir pero se toma en cuenta al momento de realizar el proyecto.

En el estudio de mercado realizado se utilizó como principal técnica las encuestas, en las que se puede apreciar un alto porcentaje de demanda insatisfecha, y un alto porcentaje de aceptación sobre el servicio que se desea brindar, siendo una gran oportunidad de entrada al mercado debido a la insatisfacción de los consumidores sobre empresas que brindan esta clase de servicio.

Mediante el estudio técnico realizado se puede concluir que existe una buena distribución de la infraestructura, además la localización del lugar es óptima para el
APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.

servicio que se desea brindar, también se analizó que el personal debe contar con ciertos parámetros que van a permitir que se dé un buen servicio.

En el estudio financiero se concluyó que el proyecto es económicamente viable, dando como resultado positivo el VAN y basados en los índices financieros que se analizaron como el TIR, que indica el retorno de la inversión.

7.2 Recomendaciones

Se recomienda la implementación del proyecto debido a la rentabilidad que este tiene de acuerdo al estudio que se realizó.

Realizar un plan de publicidad que genere mayor atención en la población objetivo.

Innovar en los servicios ofrecidos por parte de la empresa.

Realizar un proceso de selección de personal adecuado y darles los instrumentos necesarios para que se pueda brindar un servicio de calidad.

Bibliografía

- Ahmad H, J. (2015). *Introducción a la Contabilidad para la Toma de Decisiones Estimación y aplicación para la toma de decisiones*. Innovación y Desarrollo,S.L.
- Arbones, E. (1989). *Ingeniería Económica*. Barcelona: Marcombo S.A.
- Arrieta Muñoz Najar, L. A., & Centy Villafuerte, D. B. (2004). *Analisis de la población Economicamente Activa*. Arequipa.
- Ávila Macedo, J. J. (2006). *Economía*. Zapopan,Jalisco: Umbral S.A de C.V.
- Barajas, A. (2008). *Finanzas para no Financistas*. Bogotá: Ponteficia Universidad Javeriana.
- Berghe Romero, É. v. (2010). *Gestión y gerencia empresariales: Aplicadas al siglo XXI*. Bogotá,Colombia: ECOE.
- Briseño Ramírez, H. (2006). *Indicadores Financieros*. Zapopan,Jalisco,México: Umbral S.A.
- Brock, H. R., & Palmer, C. E. (1987). *Contabilidad principios y aplicaciones*. Barcelona,España: REVERTÉ S.A.
- Companys Pascual, R., & Corominas Subías, A. (1998). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*. Barcelona,España: MARCOMBO S.A.
- Delgado, I., & Pazmiño, S. (2013). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS 2007-2013*.
- Delgado, I., & Pazmiño, S. (2013). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS 2007-2013*. Guayaquil,Ecuador: Universidad Tecnológica ECOTEC.
- Erossa martin, V. E. (1987). *Proyectos de inversión en ingeniería*. Balderas,méxico: LIMUSA S.A.
- Erssa Martín , V. E. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología)*.
- Felipe Larraín B., J. D. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires, Rep. Argentina: Copyright.
- Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid,España: ESIC.
- Fernández, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: Tecnológica de la Costa Rica.
- Ferré Trezano, J. M., & Ferré Nadal, J. (1997). *Los Estudios de Mercado*. Diaz De Santos S.A.
- Fúquene Retamoso, C. E. (2007). *Producción limpia, contaminación y gestión ambiental*. Quito,Ecuador: Póntifica Universidad Javeriana.

- Gonzalo Sinisterra, V., & Polanco I., L. E. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogotá, Colombia: ECOE.
- Gudynas, E. (2005). *El otro riesgo país: indicadores y desarrollo en la economía*. Quito, Ecuador: Abya - Yala.
- Guzmán Vasquez, A., Guzmán Vasquez, D., & Romero Cifuentes, T. (2005). *Contabilidad financiera*. Bogotá, Colombia: Universidad Del Rosario.
- Hamilton Wilson, M., & Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: CAB.
- Hernández Fraga, K. H. (2012). *Propuesta de Guía de Administración Educacional del Ejercicio Jurídico de los*.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*.
- Huertas García, R., & Domínguez Galcerán, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona, España: Publicacions Edicions Universitat Barcelona.
- Iglesias Cortizas, J., & Sánchez Rodrigo, M. d. (2007). *Diagnóstico E Intervención Didáctica del Lenguaje Escolar*. La Coruña: Netbiblo.
- ILPES, I. L. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*.
- Jiménez Boulanger, F., & Espinoza Gutiérrez, C. L. (2007). *Costos industriales*. Costa Rica: Tecnológico.
- Jiménez Boulanger, F., Espinoza Gutiérrez, C., & Fonseca Retana, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Barcelona: Marcombo S.A.
- Koenes, A. (1998). *Diseño del servicio: paso a paso*. Madrid, España: Marketing Publishing.
- Larraín B, F., & Sachs, J. D. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires, Argentina: Copyright.
- Lazar Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Prentice Hall.
- Maqueda, J., Olamendi, G., & Parra, F. (2003). *Tu propia empresa: un reto personal, manual útil para emprendedores*. Madrid: ESIC.
- Massons i Rabassa, J. (2002). *Finanzas*. Barcelona, España: Hispano Europea S.A.
- Merli, G. (1997). *La gestión eficaz*. Madrid, España: Diaz de Santos S.A.
- Meza Orozco, J. D. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: ECOE.
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
-
- APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.

Miranda, C. L. (2003). *Análisis macroeconómico para la empresa*. Chiclayo,Peru: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Molina Aznar , V. E. (2005). *Contabilidad para no Contadores*. México: Empresa Lider.

Moya, J. P. (2007). *Estrategia, gestión y habilidades directivas: un manual para el nuevo directivo*. Madrid,España: Diaz de Santos.

Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejora un plan de negocios*. Barcelona,España: PROFIT.

Muñoz Razo, C. (2007). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Naucalpán De Juárez,México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Nogueira, M. (2000). *PROPUESTA DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN EDUCACIONAL DEL EJERCICIO JURÍDICO DE LOS ESTUDIANTES DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD DE CIENFUEGOS*.

Núñez Mendoza, A. (2008). *Tu mejor Negocio: La guia mas completa y sencilla para iniciar tu negocio Propio*. Estados Unidos: Administración en red.

Palacio Salazar, I. (2010). *Guia practica para la identificacion, formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogotá,Colombia: Universidad Del Rosario.

Pedroza, L. S. (2004). *Exportación efectiva*. México: ISEF.

Pérez Couto, J. (2003). *Administración, Gestión Y Comercialización en la Pequeña Empresa*. Madrid,España: VISION NET.

Pope, J. L. (2002). *Investigación de mercados*. Bogotá,Colombia: NORMA.

Rafael, R. S. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia*. Universidad de Guanajuato.

Reyno morberg, M. (2007). *Responsabilidad Soicial Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*.

Robert E. Hall, J. B. (1992). *Macroeconomía*. Barcelona: Antoni Bsoch.

Rodríguez Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juarez Autónoma de Tabasco.

Rodríguez Santoyo, A. R. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia*. Guanajuato,México: Universidad de Guanajuato.

Rosales Obando, J. (2000). *Elementos de Microeconomía*. EUNED.

Sinisterra V, G., & Polanco I., L. E. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Costa Rica: Tecnológica.

Sulser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). *Exportación Efectiva*. ISEF: México.

Tanaka Nakasome, G. (2001). *Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones*. Lima, Perú: Universidad católica de Perú.

Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Quevecor World S.A.

Velez Pareja, I. (2003). *Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre*. Bogotá, Colombia: NORMA S.A.

Veraguas, S. (1983). *Programa de fortalecimiento institucional del MIDA*. Santiago, Panamá.

A N E X O S

mercado libre escritorio Solo en Muebles Registrarse Ingresar Vender ?



Escritorio En L. Nuevo. estacion De Trabajo En Melaminico

US\$ 210⁶⁰

Artículo nuevo
31 vendidos
Pichincha (Quito)

mercado libre silla de rueda en oferta Solo en Otras categorías Registrarse Ingresar Vender ?



Silla De Ruedas En Acero Cromado Nuvas De Paquete.

US\$ 144⁸⁹

Envío gratis

Artículo nuevo
114 vendidos
Pichincha (Quito)

mercado libre equipos de curacion y sutura Registrarse Ingresar Vender ?

Ergonomical Eleva Monitor
Mouse Ergonomicos, Abril



Anuncia aqui

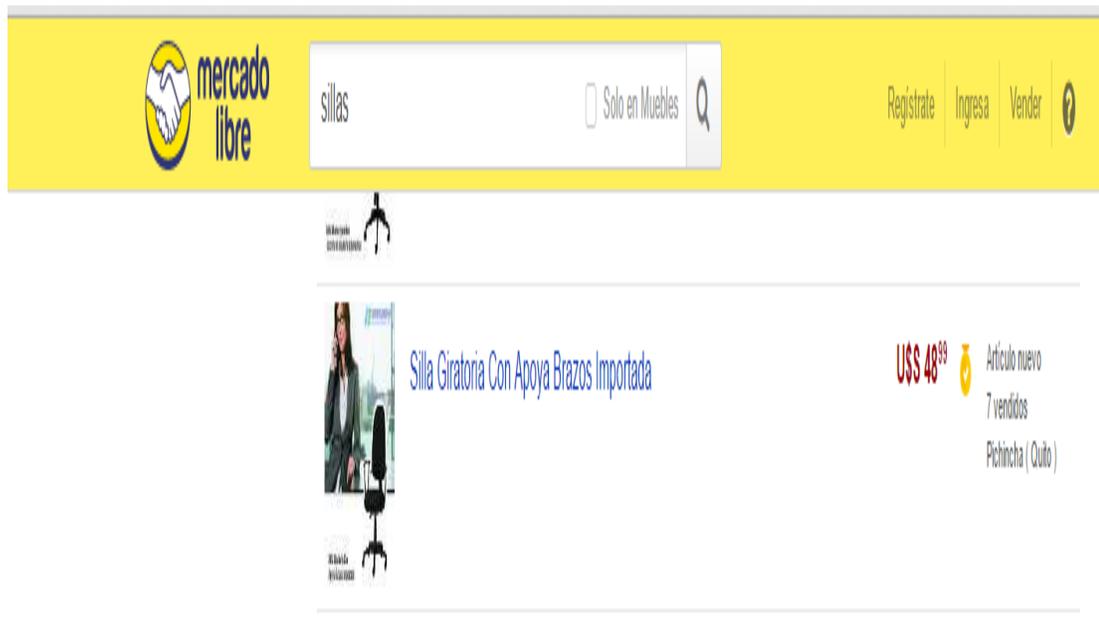


Equipo De Sutura Menor, 7 Piezas + Caja Metal, Equipo Medico

US\$ 41⁹²

Artículo nuevo
6 vendidos
Guayas

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.



The screenshot shows the Mercado Libre search interface. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar contains the text 'sillas' and a filter button labeled 'Solo en Muebles'. To the right of the search bar are links for 'Regístrate', 'Ingresa', and 'Vender'. Below the search bar, a product listing is visible for 'Silla Giratoria Con Apoya Brazos Importada'. The listing includes a small image of the chair, the product title, the price 'US\$ 48⁹⁹', and additional information: 'Artículo nuevo', '7 vendidos', and 'Pichincha (Quito)'. There are also small icons for 'Muebles' and 'Sillas' above the product listing.

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA HOGAR PARA ADULTOS MAYORES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016.